

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS – DCA
ADMINISTRAÇÃO**

Jéssica Cristina Fernandes da Silva

**EMPREENDEDORISMO E IDENTIDADE AFRODESCENDENTE: O CASO DA
REAFRO**

Porto Alegre, 2017

Jéssica Cristina Fernandes da Silva

**EMPREENDEDORISMO E IDENTIDADE AFRODESCENDENTE: O CASO DA
REAFRO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Administração apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharela em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dra^a. Maria Tereza Flores Pereira

Porto Alegre, 2017

Jéssica Cristina Fernandes da Silva

**EMPREENDEDORISMO E IDENTIDADE AFRODESCENDENTE: O CASO DA
REAFRO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação
em Administração apresentado como requisito
parcial para obtenção do grau de Bacharela em
Administração.

Conceito Final _____

Aprovado em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Orientadora – Prof^ª. Dra. Maria Tereza Flores Pereira – UFRGS

Examinador – Prof. Dr. Pedro de Almeida Costa - UFRGS

*Dedico este trabalho aos meus pais, Ana
Cristina Dias Fernandes e Daniel Regis
da Silva, que me deram todo o apoio e
estrutura necessária para que eu
pudesse concluir mais esta etapa.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Ana Cristina e Daniel, por todo amor, apoio e por sempre acreditarem em mim.

Aos meus irmãos, Daniel, Josiane e Gabriel, por fazerem parte da minha formação enquanto pessoa.

As minhas sobrinhas, Maria e Manuella, por tornarem meus dias mais felizes e cheios de amor.

Ao meu namorado, Vinícius, por todo amor, atenção, paciência e auxílio em todos os momentos.

À minha sogra e meu sogro, Ana e André, por todo carinho e conversas que auxiliaram na minha formação crítica.

À minha professora e orientadora, Dra. Maria Tereza Flores Pereira, por ter me auxiliado nesta etapa tão importante.

Aos meus professores e professoras, por terem me proporcionado muitos momentos de aprendizado.

Aos meus colegas de graduação, por tornarem a Escola de Administração um espaço de reflexão, crítica e luta.

Finalmente, agradeço aos trabalhadores e trabalhadoras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, especialmente aos que exercem suas funções na Escola de Administração, por todas as conversas, auxílio e amizade.

RESUMO

Durante os períodos de escravização e pós-abolição no Brasil, muitos(as) negros(as) desempenharam atividades que lhes geravam renda, no intuito de garantir a sua sobrevivência. Tais atividades, que podem ser consideradas expressões empreendedoras, seguiram ao longo da história do povo negro no Brasil. Com o passar do tempo estes indivíduos foram realizando, para além de serviços artesanais e caseiros, atividades ligadas à abertura de seus próprios negócios, em sua maioria micro e pequenas empresas, sendo os(as) detentores(as) destes negócios denominados(as) afroempreendedores(as). Frente a um número cada vez maior de empreendedores(as) negros(as), surge a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), visando a promoção social e econômica de micro e pequenas empresas administradas por negras e negros no país. O Rio Grande do Sul é um dos estados de atuação da entidade através da Rede Brasil Afroempreendedor do Rio Grande do Sul (Reafro/RS). A escolha do tema também está relacionada ao estudo da identidade afrodescendente, visto que esta temática é pouco abordada no meio acadêmico. Conforme a situação descrita surge a seguinte questão de pesquisa: como as atividades empreendedoras propostas pela Reafro reforçam (ou não) a identidade afrodescendente de seus(suas) associados(as)? Assim sendo, o objetivo geral desta pesquisa é analisar se as atividades empreendedoras realizadas por negros e negras na Reafro reforçam a identidade afrodescendente de seus(suas) associados(as). No auxílio deste, os objetivos intermediários são: levantar quais são as atividades empreendedoras propostas pela Reafro e Reafro/RS; identificar os motivos que levaram os(as) empreendedores(as) a se associarem à Reafro/RS; identificar a presença do tema da identidade afrodescendente no material institucional e no discurso da Reafro; e compreender a relação dos associados à Reafro/RS com o tema da identidade afrodescendente. Desta forma, o método de pesquisa utilizado é o qualitativo e interpretativo, sendo que as informações foram coletadas através das técnicas de entrevista e pesquisa documental. Como principal resultado deste trabalho, é possível observar a relação entre as atividades empreendedoras realizadas pela Reafro e Reafro/RS e o reforço da identidade afrodescendente.

Palavras-chave: identidade social, identidade afrodescendente, empreendedorismo, afroempreendedorismo; Reafro; Reafro/RS.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O processo empreendedor.....	18
Figura 2 - Fatores que influenciam no processo empreendedor.....	20

LISTA DE SIGLAS

ANCEABRA - Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros

CEABRA/SP - Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros de São Paulo

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI - Microempreendedor Individual

PBAE - Projeto Brasil Afroempreendedor

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

REAFRO - Rede Brasil Afroempreendedor

REAFRO/RS - Rede Brasil Afroempreendedor do Rio Grande do Sul

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENEAB - Seminário Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-brasileiro

UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 EMPREENDEDORISMO	17
2.2 AFROEMPREENDEDORISMO	21
2.3 IDENTIDADE SOCIAL.....	24
2.4 IDENTIDADE AFRODESCENDENTE.....	26
2.5 REDE	28
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	31
3.1 MÉTODO DE PESQUISA.....	31
3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	32
3.2.1 Entrevista	32
3.2.2 Pesquisa documental.....	34
3.3 PROCESSAMENTO E ANÁLISE DE DADOS	35
4. ANÁLISE	36
4.1 HISTÓRICO E PROPÓSITOS DA REAFRO E REAFRO/RS	36
4.1.1 Reafro.....	36
4.1.2 Reafro/RS	39
4.2 PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NEGRA	42
4.3 A IDENTIDADE NEGRA E A REAFRO/RS.....	44
4.4 A REAFRO: “PÔ, É NEGÓCIO!”	46
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS	56
APÊNDICE A - Roteiro de entrevista com os(as) coordenadores(as) Reafro/RS	64
APÊNDICE B - Roteiro de entrevista com os(as) associados(as) Reafro/RS.....	65

INTRODUÇÃO

A chegada do negro no Brasil está ligada à necessidade de mão-de-obra que a Coroa Portuguesa apresentava por volta do ano de 1550 para a realização de serviços braçais no país, na época sua colônia. Por se tratarem de uma mão-de-obra barata e rentável, os negros escravizados eram vistos como uma grande fonte de lucro para seus exploradores. Segundo Muhammad (2015, p.1)

diante da falta de mão-de-obra para a exploração econômica de um território imenso como o Brasil, a primeira saída encontrada pelos exploradores foi a escravização dos indígenas (como ficaram conhecidos os povos que habitavam o Brasil antes de 1500). Mas esse modelo teve curta duração. A partir de 1550, a mão- de-obra indígena foi substituída pela do negro africano.

Durante o período de colonização, cerca de 4 milhões de africanos das mais variadas culturas e etnias ingressaram no Brasil por meio do tráfico de escravos. Segundo Sousa (2016, p.1) “além de viabilizar a exploração das terras brasileiras, o tráfico negreiro potencializou o desenvolvimento de outras atividades econômicas”. O sustento destas populações também fomentava os lucros da metrópole com a demanda de tecidos de algodão e outros produtos manufaturados.

Os negros escravizados tinham uma rotina árdua. Trabalhavam em média quinze horas por dia em condições insalubres. Toda atividade braçal era destinada a eles. Os fazendeiros contavam com capatazes ou capitães-do-mato, como eram chamados os homens de confiança do senhor do engenho, para supervisionarem e punirem os escravizados em caso de tentativas de fuga ou não cumprimento de suas tarefas diárias. Sousa (2016, p.1) salienta que “[...] a vida média de um escravo de campo raramente alcançava um período superior a vinte anos”. A baixa expectativa de vida ocorria por conta dos maus tratos, tanto físicos como psicológicos que sofriam diariamente.

Poucos eram os escravos que não viviam esta realidade, pois tinham a confiança dos senhores e acabavam exercendo atividades de comercialização dos bens e atividades

domésticas, especialmente as mulheres. Sousa (2016, p. 1) atesta essa informação dizendo que

[...] mesmo grande parte da mão de obra sendo empregada em atividades que exigiam grande esforço físico, outras tarefas também eram desempenhadas pelos escravos. Os escravos domésticos trabalhavam nas casas enquanto os escravos de ganho administravam pequenos comércios, praticavam artesanato ou prestavam pequenos serviços para seus senhores.

Vale ressaltar que antes mesmo da abolição os negros já desempenhavam atividades que lhes geravam uma renda própria ou para os seus senhores. Conforme aponta Candido, Xavier, Moura e Santos (2011, p. 1)

a partir de meados do século XVIII, com o crescimento da população das cidades, os escravos passam a ser utilizados em outros trabalhos. Muitas escravas dedicam-se aos serviços domésticos e ao pequeno comércio: as quitandeiras, por exemplo, chegam a comprar sua alforria (liberdade) ou a de seus filhos com o dinheiro que obtêm. Pelas ruas das cidades há também a presença dos escravos de ganho, ou seja, escravos que trabalham como alfaiates, sapateiros, carpinteiros, carregadores ou vendedores ambulantes e entregam o dinheiro ganho a seus senhores.

O processo de abolição da escravidão no Brasil andou a passos lentos, mas fundamentais para a liberdade dos negros escravizados. Em 1850, por pressões internacionais e dos movimentos sociais abolicionistas, foi promulgada a Lei Eusébio de Queirós, a qual proibiu o tráfico de escravos no Brasil. No ano de 1871, foi decretada a Lei do Ventre Livre, esta tornava livre todos os filhos de escravos nascidos a partir deste ano. Além disso, Cancian (2006, p.1) afirma em seu texto que “os proprietários de escravos ficariam encarregados de criá-los até os oito anos de idade, quando poderiam entregá-los ao governo e receber uma indenização”.

Quatorze anos depois, foi promulgada a Lei dos Sexágenários que garantia liberdade aos escravos com mais de sessenta anos. Esta lei gerou muitas críticas entre os abolicionistas, os quais diziam que “[...] eram poucos os escravos que chegariam a tal idade. Além disso, a lei beneficiava os proprietários de escravos porque os liberava de arcar com o sustento dos cativos que chegassem à idade avançada” (CANCIAN, 2006, p.1). Finalmente, no ano de 1888, foi votado e aprovado o projeto de lei que estabelecia o fim da escravidão no Brasil, sendo assim sancionada a Lei Áurea. Ferreira e Camargo (2001, p. 75) ao falarem sobre o fim tardio do regime escravista no Brasil destacam que “o Brasil, em relação às outras nações americanas, foi o país a escravizar o maior número de africanos e o último do mundo cristão a

abolir a escravidão”.

O término deste regime não significou o fim das dificuldades do negro. Pelo contrário, surgiram diversos problemas após este processo. Segundo Santos (2007, p.1) “o negro saindo de um modo de vida escravista encontrou todas as dificuldades de adaptação à estrutura social em construção. O processo de inserção, por consequência, teria que ser doloroso e excludente”. Ou seja, os escravos libertos além de encontrarem escassas opções de trabalho, estavam inseridos em um ambiente extremamente adverso e preconceituoso.

Frente às grandes dificuldades que se apresentaram pós-abolição, os negros recém-libertos realizavam as mesmas atividades de quando eram escravos de ganho — trabalhavam como alfaiates, sapateiros, carpinteiros, carregadores ou vendedores ambulantes — visando sua sobrevivência. Considerando a definição de empreendedorismo de Baggio e Baggio (2014, p. 26) como “a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”, é possível conceber tais atividades como expressões empreendedoras. Essas expressões empreendedoras seguiram ao longo da história do negro no Brasil, inicialmente com atividades de caráter mais artesanal e caseiro, e chegando a criação de seus próprios negócios, que são em sua maioria micro e pequenas empresas¹.

Segundo Ribeiro (2015, p.1), os dados obtidos na Pesquisa Nacional Negro Empreendedor realizada pelo Baobá – Fundo para Equidade Racial em parceria com o Instituto Feira Preta, em 2015 – ratificam essa informação ao dizer que “a maioria dos negócios está na categoria MEI (Micro Empreendedor Individual), nos setores de comércio, serviço, moda/vestuário, estética e alimentação”. Apesar da multiplicação dessas experiências, os(as) empreendedores(as) negros(as) sempre se depararam com algumas adversidades, como por exemplo, o acesso ao crédito (RODRIGUES, 2017). Conforme Oliveira, Pereira e Souza (2013, p.7) a formação de redes de empreendedores negros: “pode ser uma alternativa de fortalecimento de atuação dessa população na economia, onde, além de auxiliar as atividades de comércio no mercado interno no Brasil, pode fomentar a internacionalização comercial proveniente de seus empreendimentos associados”.

No Brasil existe o Projeto Brasil Afroempreendedor (PBAE), lançado em 5 de agosto de 2013, segundo informação do sítio eletrônico do Instituto Adolpho Bauer, e criado em parceria com o Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros de São Paulo (CEABRA/SP), Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (ANCEABRA) e SEBRAE Nacional, juntamente com a

¹ Setor de serviços e comércio: microempresa, até 9 pessoas ocupadas; pequena empresa, de 10 a 49 pessoas ocupadas. Sebrae 2014.

participação de organizações da sociedade civil e do Governo Federal. Os objetivos desse projeto são: dar oportunidade de crescimento e desenvolvimento para os afroempreendedores, qualificar inicialmente 1.200 afroempreendedores em 12 estados do Brasil, construir uma proposta de política pública de apoio e fortalecimento ao afroempreendedorismo brasileiro, desenvolver uma metodologia de educação de afroempreendedores, buscar fontes de fomento e financiamento para projetos e negócios de empresários e empresárias afroempreendedores e construir uma Rede Nacional de Afroempreendedores.

A partir desse Projeto foi criada então a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), uma entidade sem fins lucrativos que visa à promoção social e econômica de micro e pequenas empresas administradas por negros e negras no país. A Rede tem como objetivos sociais: promover o desenvolvimento social e econômico dos afroempreendedores; estimular a comercialização, compra, venda e distribuição de produtos e serviços de afroempreendedores; promover entre os associados o desenvolvimento de oportunidades de negócios, a ação comunitária, a participação solidária e a integração social e econômica; articular parcerias de programas de crédito e microcrédito, assim como sistemas de fomento e financiamento e desenvolver projetos e parcerias de fomento.

Um dos estados de atuação dessa rede é o Rio Grande do Sul, existindo assim a Rede Brasil Afroempreendedor do Rio Grande do Sul (Reafro/RS). Esta tem o intuito de desenvolver os afro-negócios e também mobilizar os afroempreendedores do estado do Rio Grande do Sul.

Visto os objetivos sociais formalmente apresentados pela Reafro e Reafro/RS, é possível perceber que não há menção direta ao tema da identidade e da identidade afrodescendente. Assim sendo, ao falar de identidade Conceição e Conceição (2010, p.4), utilizando a obra de Passos (1999, p.98), a define como “a forma dos indivíduos se reconhecerem e de serem reconhecidos, a maneira como se vêem e são vistos”. Além disso, Conceição e Conceição (2010, p.4) seguem dizendo que “é comum o afrodescendente absorver e se submeter às crenças e valores da cultura branca dominante, inclusive à noção sintetizada nas idéias do ‘branco ser certo’ e o ‘negro ser errado’. Esta internalização de estereótipos negativos é feita de maneira inconsciente”. Em vista disso, e da visível forma negativa na qual a identidade afrodescendente é tratada, tanto historicamente como nos dias atuais, entende-se a necessidade de se pensar sobre a ausência desse tema em uma rede identificada com a questão afro, no contexto brasileiro.

É importante salientar, também, que não há muitos estudos acadêmicos

relacionados à temática de empreendedorismo e de identidade afrodescendente, inclusive, Conceição (2009) em seu artigo “A Negação da Raça nos Estudos Organizacionais”, ressalta que “os estudos organizacionais têm negado importância às questões raciais enfrentadas pela sociedade brasileira. Causa inquietação analisar as publicações acadêmicas em administração e verificar que tão pouco tem sido escrito a respeito desse assunto [...]” (CONCEIÇÃO, 2009, p.1). Nesse sentido, este trabalho se justifica, primeiramente, pelo fato de buscar acumular conhecimento acerca dos negros no contexto dos estudos organizacionais.

Em um segundo momento, conforme anteriormente comentado, a escolha temática deste TCC – o tema da identidade e da identidade afrodescendente – se justifica devido ao claro déficit de autoidentificação da população negra no Brasil, a qual se opera a partir do “contexto sociohistórico brasileiro, em que o ideal de ego é ser branco, cabe, portanto, ao afrodescendente, a negação de suas origens africanas e a busca de um ideal inatingível - a *brancura*” (FERREIRA; CAMARGO, 2011, p. 377). Pensar essa problemática da identidade afrodescendente em uma rede que, apesar de atuar diretamente com a questão do negro no Brasil, não traz questões específicas da identidade negra em suas diretrizes de ação, se mostra um espaço interessante de pesquisa.

É importante contemporizar, entretanto, uma maior autoidentificação das pessoas enquanto negras a partir da década de 1990. Segundo Leal (2011, p. 1),

muitos especialistas sustentam que a maioria branca historicamente registrada nos Censos se devia aos pardos que se declaravam brancos. Nos anos 1990, houve um forte movimento de afirmação da população preta. Provavelmente, muitos brasileiros que antes se declaravam pardos passaram a se declarar pretos, mas um grande número ainda continuou a se declarar branco.

Apesar do fato da histórica desvalorização de negros e pardos no país, o que fez com que muitas pessoas não se autodeclarassem negras ou pardas houve aumentos significativos nos percentuais que demonstram esta questão identitária no Brasil. Conforme pesquisas realizadas no Censo Demográfico de 2010, divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em comparação com o Censo realizado em 2000

o percentual de pardos cresceu de 38,5% para 43,1% (82 milhões de pessoas) em 2010. A proporção de pretos também subiu de 6,2% para 7,6% (15 milhões) no mesmo período. Esse resultado também aponta que a população que se autodeclara branca caiu de 53,7% para 47,7% (91 milhões de brasileiros) (PORTAL BRASIL, 2012, p.1).

Cabe salientar, que o aumento destes percentuais vai ao encontro de muitas ações de afirmação e valorização da identidade afrodescendente, como a inserção das demandas desta população e maior visibilidade de negros e negras em papéis de destaque.

Outra justificativa que se pode apontar para abordar essa temática é o crescente número de negros empreendedores no país. A fim de comprovar esse fato, dados do estudo realizado pelo Sebrae, denominado “Os donos de negócio no Brasil: análise por raça/cor (2001 a 2014)”, baseado na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2001 a 2014 do IBGE, revelam que o percentual de empreendedores negros (pretos, pardos) no Brasil passou de 43% para 51%, enquanto a participação dos brancos diminuiu, de 56% para 48%, e a categoria outros (amarelos, indígenas, ou não declararam sua cor/raça), continuou com a participação de aproximadamente 1%.

Conforme visto, desde o período da escravidão a população negra já realizava atividades empreendedoras que auxiliavam na sua sobrevivência dentro do contexto em que estavam inseridos. Atualmente, 51% dos empreendedores(as) no Brasil são negros(as) (SEBRAE, 2016), porém ainda encontram muitas barreiras na tentativa de empreenderem em um país onde o racismo ainda persiste. Na análise de Marques (2017, p.1)

os afro-brasileiros enfrentam não só barreiras cumulativas devido à História brasileira, mas ainda o racismo que persiste na própria sociedade. Uma pesquisa realizada em 2010 pelo Procon-SP (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo) chamada “Discriminação Racial nas Relações de Consumo” revelou que mais da metade (56,4%) dos entrevistados afirmou ter presenciado atitude discriminatória de raça ao comprar um produto ou contratar um serviço.

Sendo assim, é necessário analisar qual a realidade atual desta parcela da sociedade e se o aumento do número de negros(as) empreendedores(as) vêm influenciando no processo de identificação afrodescendente.

Desta forma, a fim de unificar as três justificativas apresentadas para a realização deste trabalho, escolheu-se estudar o caso da Reafro, o qual permitiu verificar-se como este tipo de trabalho e as atividades propostas auxiliam (ou não) os empreendedores a reforçarem sua identidade enquanto negros(as).

É possível notar, portanto, que todo o contexto histórico do negro no Brasil influencia nas questões de sua autoidentificação e no processo de heteroidentificação dos negros e

negras no Brasil (CUCHE, 2002). Frente a todo o processo descrito, surge a seguinte questão de pesquisa: **como as atividades empreendedoras propostas pela Reafro reforçam (ou não) a identidade afrodescendente de seus(suas) associados(as)?** Para responder a essa questão o presente trabalho tem como objetivo final: **analisar se as atividades empreendedoras realizadas por negros e negras na REAFRO reforçam a identidade afrodescendente de seus (suas) associados (as).** Os objetivos intermediários, os quais auxiliarão atingir o objetivo final, serão: **a) levantar quais são as atividades empreendedoras propostas pela Reafro e Reafro/RS; b) identificar os motivos que levaram os (as) empreendedores(as) a se associarem à Reafro/RS; c) identificar a presença do tema da identidade afrodescendente no material institucional e no discurso da Reafro; d) compreender a relação dos associados à Reafro/RS com o tema da identidade afrodescendente.**

Para atingir os objetivos traçados neste trabalho, elaborou-se uma estrutura composta por referencial teórico, procedimentos metodológicos, análise e considerações finais. No referencial teórico foram abordadas temáticas como empreendedorismo, afroempreendedorismo, identidade social, identidade afrodescendente, e redes. Já nos procedimentos metodológicos evidenciou-se a forma como foi construída a pesquisa empírica, e como foram obtidas e analisadas as informações. Na análise foram observados o histórico e propósitos da Reafro e Reafro/RS, relacionando com as opiniões dos(as) entrevistados(as) e com as temáticas propostas neste trabalho. Por fim, nas considerações finais, buscou-se demonstrar as conclusões obtidas das análises realizadas, assim como possibilidades de pesquisas futuras.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial teórico aborda, primeiramente, a temática do empreendedorismo, e alguns pontos relevantes em relação ao tema. Além disso, é observado o conteúdo referente ao afroempreendedorismo, também conhecido como empreendedorismo negro, e suas principais características. Na sequência, é apreciado o tema da identidade social, e as variadas abordagens e visões propostas em relação ao assunto. Logo em seguida, é descrita a identidade afrodescendente, e exploradas diversas das suas problemáticas no contexto social de discriminação, o qual a população negra está exposta. Por fim, apresenta-se o termo rede e seus diversos significados, dando ênfase às redes de cooperação, as quais atuam como meio de fortalecimento e desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é definido como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso” (DORNELAS, 2012, p. 28). Já Verardi (2012, p.10) observa que

o conceito de empreendedorismo pode assumir diferentes significados conforme o contexto social, cultural e econômico em que é discutido, porém de forma geral podem-se identificar três abordagens principais. A primeira deriva da linha comportamental e ocupa-se em definir os perfis de personalidade do empreendedor e compreender seu comportamento. [...] A segunda abordagem abrange a análise das habilidades e competências do empreendedor e sua dinâmica e interação no ambiente organizacional. [...] A terceira abordagem refere-se à relação que se estabelece entre empreendedorismo e economia, a inovação e a disposição para correr riscos ao investir em produtos e negócios.

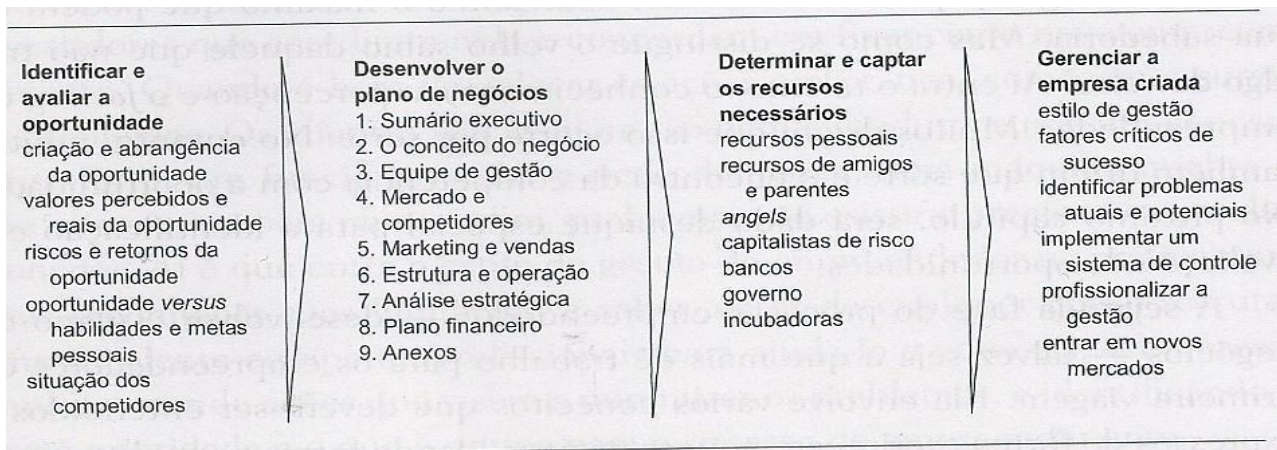
Baggio e Baggio (2014, p. 26) referem-se ao empreendedorismo como antes de qualquer coisa, um campo de estudos, devido ao fato de não haver um consenso quanto a isso. Ademais, os autores ainda acentuam que o empreendedorismo “traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance àquelas sociedades que o apoiam e o praticam”. Porém, é salientado que não há uma teoria absoluta em relação a esta temática.

Em relação ao empreendedor, Baggio e Baggio (2014, p. 27) entendem que este é

um inovador de contextos. Para Dornelas (2012, p. 29) o empreendedor é aquele que identifica a existência de uma oportunidade e a partir dela constrói um negócio assumindo riscos calculados. Além disso, o autor enfatiza que em qualquer definição de empreendedorismo é possível encontrar os seguintes aspectos que se referem ao empreendedor: “1. Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz. 2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive. 3. Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar”.

Dornelas (2012, p. 33) apresenta as etapas do processo no qual o empreendedor se depara. A primeira consiste em identificar e avaliar a oportunidade. Já a segunda etapa faz referência ao desenvolvimento do plano de negócios. A terceira, por sua vez, é a determinação e captação dos recursos necessários. Por fim, a quarta etapa representa o gerenciamento da empresa criada. É ressaltado pelo autor que “embora as fases sejam apresentadas de forma sequencial, nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte” (DORNELAS, 2012, p. 33). O processo citado está sintetizado na seguinte figura.

Figura 1: O processo empreendedor.



Fonte: DORNELAS (p. 33, 2012)

Com base nas definições do primeiro relatório executivo do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, Verardi (2012, p. 12) identifica dois tipos de empreendedorismo. O primeiro é o empreendedorismo de oportunidade, no qual o empreendedor possui uma visão de organização e planejamento com foco no crescimento e desenvolvimento do negócio. Já o segundo tipo, denominado de empreendedorismo de necessidade faz referência ao empreendedor que assume os riscos de um negócio próprio em função da falta de outras

opções. Este segundo tipo de empreendedorismo, segundo a autora, destaca-se em países em desenvolvimento como o Brasil.

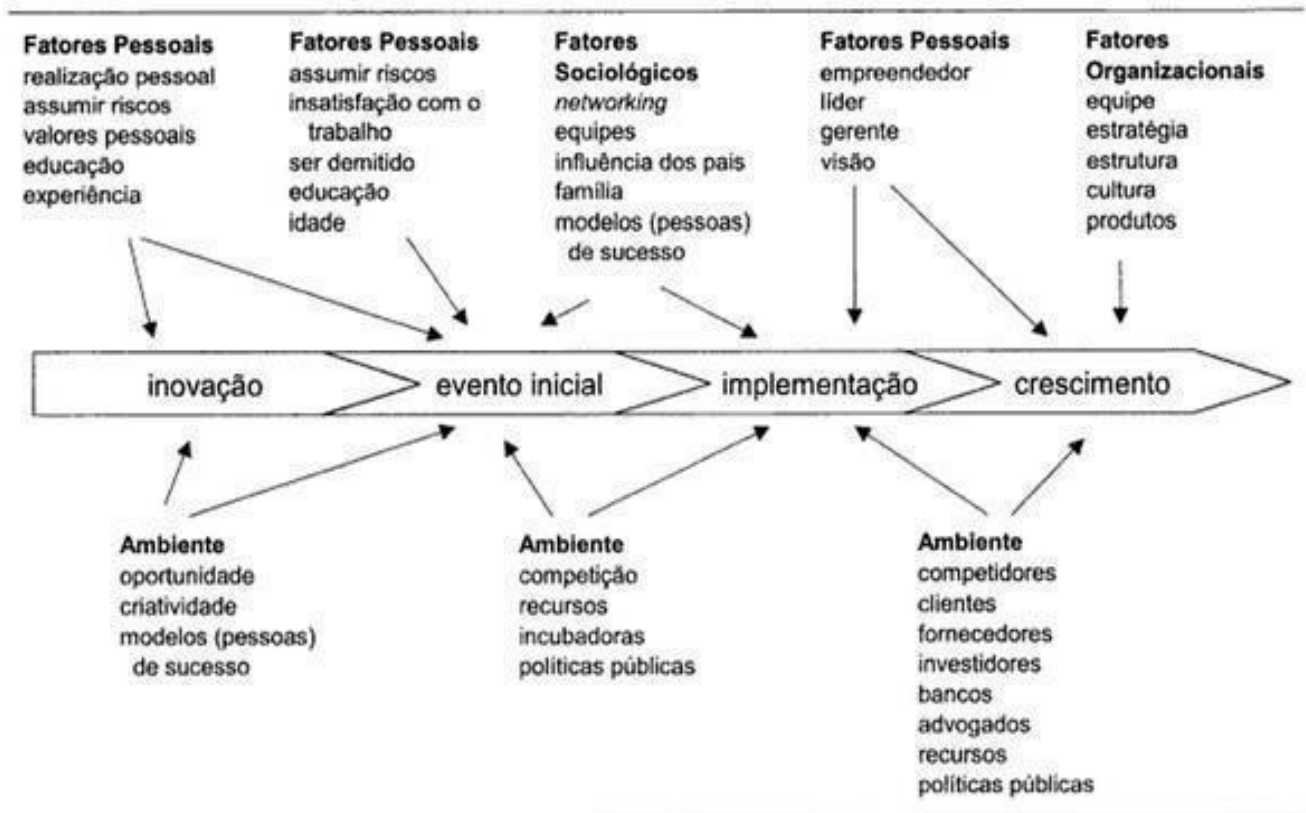
Verardi (2012, p. 11) salienta que no Brasil as discussões mais consistentes em relação ao empreendedorismo se deram a partir dos anos 1990. A autora aponta uma relação deste fato com a criação de duas entidades: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software – SOFTEX. A primeira deu acesso à informação e orientações específicas para a condução dos negócios dos empresários de pequenas empresas (empreendedor). Já a SOFTEX era responsável pelo estímulo das ações de apoio de gestão e tecnologia ao profissional de informática.

Para Zarpellon (2010, p. 48)

o empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas, quer através de aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, do que também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar capital social e capital humano.

Neste mesmo sentido, segundo Dornelas (2012, p. 31) é possível que a pessoa venha a ser empreendedora por acaso. O autor aponta que a decisão de alguém se tornar empreendedor decorre de fatores externos (ambientais e sociais) e internos (aptidões pessoais), ou a soma destes fatores, os quais são essenciais para o surgimento e o crescimento de uma empresa. Os fatores que mais influenciam o processo empreendedor estão expostos no esquema representado na imagem seguinte.

Figura 2: Fatores que influenciam no processo empreendedor.



Fonte: DORNELAS (p.31, 2012)

Quanto ao debate sobre o empreendedorismo, é importante salientar, conforme Oliveira, Pereira e Souza (2013, p. 11), que

estudos que buscam evidenciar a estrutura social têm começado a emergir nas pesquisas sobre empreendedorismo no Brasil, com o intuito de reconhecer como as constituições sociais do país influem tanto no reconhecimento de oportunidades quanto no perfil do empreendedor brasileiro e na constituição de suas relações com a sociedade.

Apesar disso, ainda de acordo com as autoras, muitas categorias sociais são excluídas das pesquisas e análises acerca do empreendedorismo no Brasil. As principais questões que ficam de fora deste processo são as étnicas e raciais.

Desta forma, conclui-se que “as pesquisas sobre empreendedorismo acabam focando as características de grupos hegemônicos na sociedade. Essa temática se torna importante no

país ao considerar-se que aproximadamente 50% da população brasileira é composta por negros ou pardos (IBGE, 2013)” (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013, p. 15). Ainda é importante destacar que, quando se fala em diversidade, geralmente, são abordados aspectos como gênero e idade, tratando estes como grupos homogêneos, sem se fazer um recorte baseado nas questões sociais.

Pode-se perceber então, que o empreendedorismo está ligado à transformação de ideias em negócios, podendo ser observado por meio do contexto social, cultural e econômico, assumindo diferentes interpretações. Geralmente é identificado em três principais abordagens: comportamental (identificando o perfil de personalidade do empreendedor); análise das habilidades e competências do empreendedor, e por último no que diz respeito à relação entre empreendedorismo, economia e inovação (disposição para correr riscos). Cabe ressaltar que as três abordagens apresentadas por Verardi partem de uma visão gerencial de empreendedorismo. Ademais, o empreendedorismo subdivide-se em dois tipos: empreendedorismo de oportunidade (foco no crescimento e desenvolvimento do negócio) e o empreendedorismo de necessidade (riscos assumidos pelo empreendedor em negócio próprio por falta de outras opções). Este último é mais percebido em países como o Brasil. Por fim, a partir dos conceitos apresentados sobre empreendedorismo, observa-se que, para um melhor entendimento desta temática, não se pode desvincular tal fenômeno das questões sociais que o cercam.

2.2 AFROEMPREENDEDORISMO

Ao falar sobre o afroempreendedorismo, Villaverde (2014, p.1) o conceitua como “uma iniciativa fundamental para promover o próprio desenvolvimento social e econômico do Brasil, junto a microempresas e empreendedores individuais afro brasileiros”. Nogueira e Mick (2013, p. 101), entendem que “as raízes do empreendedorismo afro-brasileiro encontram-se na lenta erosão do sistema escravista”. Ribeiro (2013, p. 314) expõe que

de maneira geral, a população negra tem como alternativa (às vezes como única saída) o empreendedorismo como possibilidade de obtenção de renda e de vinculação com o mundo do trabalho. Contudo, os indicadores do mercado de trabalho, bem como o contexto social, econômico e político do Brasil no que tange às relações raciais, revelam que o empreendedorismo para a população negra surge e se mantém a partir das necessidades cotidianas, tendo em vista o racismo institucional (também chamado de racismo sistêmico) muito presente no mundo do trabalho. Além de pensarmos em alternativas e soluções para o enfrentamento

do racismo e a promoção da igualdade racial, devemos considerar o direito ao trabalho como eixo central nas estratégias de promoção do desenvolvimento, e no caso da população negra promover oportunidades e capacidade de escolha para o seu desenvolvimento econômico e social.

Luiz Barreto (2013, p. 6), utilizando dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), aponta que a quantidade de empreendedores negros, entre 2001 e 2011, cresceu 29%. Além disso, no segmento das micro e pequenas empresas, a participação dos negros aumentou de 43% para 49%. Estes números revelam uma realidade de mais de 11 milhões de empreendedores negros no Brasil.

É interessante observar que “os estudos sobre empreendedorismo, definidos sobre a perspectiva de raça ou etnia, são esporádicos, e a principal dificuldade está em compreender como esses grupos se diferenciam na captação de oportunidades em seu meio social” (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013, p. 14 *apud* HIRISCH; PETERS, 2004).

Uma das principais dificuldades que um pesquisador enfrenta ao investigar um objeto como esse é a escassez de contribuições acadêmicas que discutam em termos de quem é e como pensa o empresário e empreendedor negro. Há pouco interesse do mundo acadêmico em trabalhar com esse público. Em um contexto social marcado pelo racismo e pela ideologia do branqueamento, ser empresário(a) negro(a) tem um significado adicional: a cor interfere nas suas estratégias, o racismo institucionalizado na sociedade brasileira atua como fator importante, ora inviabilizando as tentativas desses empresários, ora lhes proporcionando dificuldades adicionais (ALMEIDA, 2013, p. 247).

Oliveira, Pereira e Souza (2013, p. 26) expõem que as pesquisas relacionadas aos empreendedores negros no país são muito incipientes, e as que acontecem estão muito voltadas às questões de mercado de trabalho, faltando abordagens quantitativas e qualitativas que facilitem a compreensão do fenômeno do empreendedorismo no Brasil, visto da perspectiva da população negra.

Nas poucas pesquisas qualitativas voltadas à compreensão do perfil de empreendedores negros, além de todas as dificuldades de abertura e manutenção de um empreendimento, os negros se deparam com o desafio de superar as desigualdades étnicas de nosso país. Esses fatores afetam suas relações em vários aspectos como, por exemplo, com clientes, fornecedores, funcionários e na captação de recursos de terceiros para financiar suas atividades (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013, p. 18).

Conforme apontam Nogueira e Mick (2013, p. 111), com o desenvolvimento e o fortalecimento do empreendedorismo negro será possível observar umas das faces mais

duradouras do racismo, uma vez que, ao ascender socialmente, o negro continua sofrendo preconceito. Quanto a essa suposta democracia racial, Pinto e Ferreira (2014, p. 3) afirmam que

a ideologia de que a mestiçagem poderia ser uma forma de melhorar a descendência étnica do povo brasileiro, auxiliou a construir, no Brasil pós-abolição, o mito da democracia racial. Muito embora fosse evidente a desigualdade racial, social e econômica e sua conotação discriminatória, a elite dominante passou a forjar uma ideologia de que no Brasil não haveria discriminação racial e que havia oportunidades iguais para todos os segmentos étnicos, mesmo diante de uma realidade que evidenciava o contrário.

As dificuldades encontradas pelos afro-brasileiros em atividades como a conquista de mercado, a obtenção de confiança de fornecedores e clientes, são pouco conhecidas e negligenciadas nos estudos relacionados à persistência do racismo.

Para Nogueira e Mick (2013, p. 98) “a adoção recente de políticas de promoção da igualdade contribuiu para tornar mais evidente o problema da invisibilidade da atuação empreendedora da população negra”. Mesmo com os negros, principalmente os jovens, empreendendo mais nos últimos anos,

há necessidade de políticas públicas voltadas especificamente a essa população, tendo em vista, principalmente, os dados referentes à educação. As políticas universalistas evidenciam sua ineficácia no combate aos desníveis sociais entre brancos e negros no Brasil. Em um país onde se busca o desenvolvimento social como um todo, é necessária a inclusão de programas com foco de atuação em suas próprias fragilidades de estrutura social, caso contrário há o risco de se promover um círculo vicioso de exclusão social (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013, p. 23).

Ribeiro (2013, p. 312) entende que é importante compreender as estratégias do afroempreendedorismo, ultimamente desenvolvidas por entidades do movimento negro em parceria com o Poder Público e com a iniciativa privada. Para a autora é possível estabelecer no Brasil uma relação da cultura empreendedora com a herança dos povos africanos e da escravização. Oliveira, Pereira e Souza (2013, p. 23) identificam a criação da Associação Nacional dos Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros – ANCEABRA em 1999 e as parcerias estimuladas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE como programas e políticas que fomentaram e fortaleceram os empreendedores negros no país.

Para Monteiro (2013, p. 92) “os empresários e empreendedores negros ao se

organizarem em associações próprias, poderão conseguir ainda muito mais, consolidando-se na posição de agentes ativos e coletivos de mudança econômica socialmente sustentável para a população negra brasileira”. Sendo assim,

a formação de redes de empreendedores negros pode ser uma alternativa de fortalecimento de atuação dessa população na economia brasileira, como a Anceabra, à qual, além de auxiliar no fortalecimento das atividades de comércio no mercado interno no Brasil, ajuda na internacionalização de comercialização proveniente de seus empreendimentos associados (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013, p. 26).

Mesmo que o afroempreendedorismo no Brasil tenha surgido no tempo da escravidão, por questões até mesmo de sobrevivência, nota-se que ainda há pouco material bibliográfico relacionado a essa temática. Além disso, percebe-se que o empreendedorismo negro é muitas vezes a única saída para a obtenção de renda, pois a inserção destes no mercado de trabalho é ainda mais difícil por conta de um racismo enraizado na nossa sociedade. Visto isso, ressalta-se a importância da existência de políticas públicas e a criação de redes de fortalecimento e desenvolvimento voltadas a essa população.

2.3 IDENTIDADE SOCIAL

Para Coutinho, Krawulski e Soares (2007, p. 30), a “identidade tem sido apresentada como um conceito dinâmico, adotado frequentemente para compreender a inserção do sujeito no mundo e sua relação com o outro”. Já Cuche (2002, p. 176) diz que “a identidade remete a uma norma de vinculação, necessariamente consciente, baseada em oposições simbólicas”.

Silva (2000, p. 4) ao se referir ao processo de produção da identidade, salienta que este “ oscila entre dois movimentos: de um lado, estão aqueles processos que tendem a fixar e a estabilizar a identidade; de outro, os processos que tendem a subvertê-la e a desestabilizá-la”. Nesse sentido, é ressaltado por Cuche (2002, p. 196) que é difícil delimitar a identidade, pois seu caráter é multidimensional e dinâmico, deixando seu conceito complexo e, por outro lado, flexível. Assim, é possível afirmar que identidade tem variações, sofre reformulações e inclusive manipulações.

Em relação à construção da identidade, Cuche (2002, p. 182) entende que ela se faz dentro de contextos sociais que definem suas representações e escolhas, e, além disso, aponta que ela possui eficácia social, ou seja, acarreta efeitos sociais. A identidade social,

portanto, é inclusiva e exclusiva, visto que, por um lado, identifica os membros de um grupo, e por outro lado, faz distinção entre os grupos (CUCHE, 2002, p. 177).

A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculação a uma classe sexual, a uma classe de idade, a uma classe social, a uma nação, etc. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente (CUCHE, 2002, p. 177).

Na opinião de Cuche (2002, p. 183) a identidade só existe se for relacionada a uma outra, ou seja, a identificação acompanha a diferenciação. Além disso, “a identidade, tal como a diferença, é uma relação social. Isso significa que sua definição – discursiva e linguística – está sujeita a vetores de força, a relações de poder. Elas não são simplesmente definidas; elas são impostas” (SILVA, 2000, p. 3).

Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre “nós” e “eles”. Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirmam e reafirmam relações de poder. “Nós” e “eles” não são, neste caso, simples distinções gramaticais. Os pronomes “nós” e “eles” não são, aqui, simples categorias gramaticais, mas evidentes indicadores de posições-de-sujeito fortemente marcadas por relações de poder (SILVA, 2000, p. 3).

Segundo Cuche (2002, p.184), “a identidade é sempre uma concessão, uma negociação entre uma ‘auto-identidade’ definida por si mesmo e uma ‘hetero-identidade’ ou uma ‘exo-identidade’ definida pelos outros. Deste modo, tem-se que a auto-identidade parte de uma construção mais particular, o contrário do que ocorre na hetero-identificação que é definida por outros. Assim, a hetero-identidade é comumente definida por grupos majoritários, os quais criam uma identidade negativa para aqueles que são reconhecidos como grupos minoritários. Isso acaba criando nestes grupos uma aceitação quanto a essa identidade e conseqüentemente uma repulsa por si mesmos.

Visto isso, é importante ressaltar que a identidade é o que está em jogo nas lutas sociais, onde nem todos os grupos têm o mesmo “poder de identificação”, visto que este “depende da posição que se ocupa no sistema de relações que liga os grupos”, a partir disso tem-se o poder ou não de nomear e de se autoneamar (CUCHE, 2002, p. 185-186). Ademais, para Silva (2000, p. 3) a disputa pela identidade é “uma disputa mais ampla por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade. A afirmação da identidade e a

enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais”.

A identidade é, portanto, algo em constante construção. Sofre variações, reformulações e manipulações, inclusive as relações de poder influenciam nessa construção. O contexto social em que se está inserido define escolhas e representações, ou seja, a identidade é formulada a partir do convívio social. O sujeito se diferencia ou se aproxima do outro por meio da identidade, que serve como forma de inclusão e exclusão por conta dessa diferenciação. Sendo assim, a diferenciação anda junto com a identidade.

2.4 IDENTIDADE AFRODESCENDENTE

Ao falar de identidade da pessoa negra, Pinto e Ferreira (2014, p. 5) apontam que “é muito comum as pessoas categorizarem os indivíduos quanto às suas características raciais de maneira reducionista, baseando-se exclusivamente na cor da pele – classificando-os em negros ou brancos”. Ainda neste sentido, Souza (1990, p. 29, grifo do autor) destaca que

[...] o sujo está associado ao negro: à cor, ao homem e à mulher negros. A linguagem gestual, oral e escrita institucionaliza o sentido depreciativo do significante negro: o “Aurélio”, por exemplo – para citar apenas um dos nossos mais conceituados dicionários – vincula ao verbete NEGRO os atributos sujo, sujeira, entre dez outros de caráter pejorativo.

Aquino e Silva Júnior (2012, p. 255) expõem que é a partir dos movimentos de resistência que as identidades se constroem, o que revela a importância do movimento negro na consolidação da identidade afrodescendente.

Conforme Pinto e Ferreira (2014, p. 5) para se entender a problemática da pessoa negra é necessário o conhecimento da forma como se desenvolve sua identidade, ainda mais em contextos sociais adversos onde esta população é discriminada negativamente. Segundo Conceição e Conceição (2010, p. 5) “a construção da identidade da criança e do jovem precisa do apoio de imagens confirmadoras positivas [...] no caso de crianças e jovens negros, esta é uma tarefa essencial, pois os jovens e crianças que não são negras já encontram naturalmente na sociedade essa confirmação”. Ferreira e Camargo (2011, p. 378) ressaltam que a escola é um dos lugares essenciais para a construção da identidade na infância, apesar de também ser um local onde o preconceito e a discriminação são

desenvolvidos e alimentados.

Aquino e Silva Júnior (2012, p. 255) apontam que o “mito da democracia racial” contribui de forma negativa na construção da identidade afrodescendente. Isto ocorre, pois este mito gerou uma falsa imagem de relações cordiais entre negros (as) e brancos(as). Neste mesmo sentido, Pinto e Ferreira (2014, p. 6) dizem que

em muitos dos espaços institucionais a ideologia apregoada pelo mito da democracia racial permanece arraigada, refletindo-se no pensamento social. As implicações culminam inclusive na dificuldade da formação da identidade negra, uma vez que ela fica, muitas vezes, encoberta pela ideia do moreno, mestiço.

É possível identificar na obra de Pinto e Ferreira (2014, p. 6) que o fato da pessoa ser negra nunca é esquecido, e as demais características são colocadas em segundo plano diante desta pertença racial. Tudo que estas pessoas fazem são vigiadas pelo fato de serem negras. Ao contrário, isto não acontece com as pessoas brancas, visto que, normalmente suas identidades não são questionadas.

Os africanos foram dominados em forma de escravidão e identificados como negros, crioulos ou pretos, sem qualquer respeito a suas diferenças culturais. Desta forma, estabeleceu-se desde o princípio da nossa formação histórica, uma associação entre a posição do indivíduo e a cor da pele. Através de várias gerações, foram identificados e tratados como quase gente, de forma sempre negativa em todos os planos (CONCEIÇÃO; CONCEIÇÃO, 2010, p. 3).

Conceição e Conceição (2010, p. 4) apontam que “é comum o afrodescendente absorver e se submeter às crenças e valores da cultura branca dominante, inclusive à noção sintetizada nas ideias do ‘branco ser certo’ e o ‘negro ser errado’. Esta internalização de estereótipos negativos é feita de maneira inconsciente”. Ferreira e Camargo (2011, p. 387), neste sentido, enfatizam que

as pessoas negras, submetidas a um processo de desvalorização constante, tendem a se identificar com uma minoria estigmatizada, sob os rótulos de inferiores, desprovidos de beleza, pobres e incapazes, e fazem parte do segmento da população brasileira que talvez mais sofra o efeito da discriminação e do preconceito, sempre encobertos por frases e gestos ambíguos.

Ferreira e Camargo (2011, p. 387) salientam que “desde a socialização primária, o brasileiro afrodescendente está submetido a ideologias que o compelem a repudiar, diariamente, sua negritude, elegendo um modo branco de ser e viver”.

Segundo Pinto e Ferreira (2014, p. 6) o ideal do branqueamento, reproduzido pela

maior parte da população brasileira, tanto negra quanto branca, interfere de forma inconsciente no processo de construção da identidade da pessoa negra, já que o sentimento de solidariedade e pertencimento de grupo entre a população negra fica enfraquecido. Ferreira e Camargo (2011, p. 377, grifo do autor), da mesma forma, salientam que “no contexto sociohistórico brasileiro, em que o ideal de ego é ser branco, cabe, portanto, ao afrodescendente, a negação de suas origens africanas e a busca de um ideal inatingível - a *brancura*”.

A possibilidade de construir uma identidade negra – tarefa eminentemente política – exige como condição imprescindível, a contestação do modelo advindo das figuras primeiras – pais ou substitutos – que lhe ensinam a ser uma caricatura do branco. Rompendo com este modelo, o negro organiza as condições de possibilidade que lhe permitirão ter um rosto próprio (SOUSA, 1990, p.77).

Souza (1990, p. 77) destaca que “no Brasil, nascer com a pele preta e/ou outros caracteres do tipo negróide e compartilhar de uma mesma história de desenraizamento, escravidão e discriminação racial, não organiza, por si só, uma identidade negra”.

As teorias racistas, agregadas à historicidade das relações raciais no Brasil, desenvolveram a perspectiva que prima pela exclusão e trata as diferenças como deficiências, prejudicando a construção de uma identidade baseada na negritude, já que todos sonham desenvolver um dia uma identidade branca, por julgarem-na superior. Por conta disso, a população negra acaba tendo dificuldades em desenvolver uma identidade que culminaria no engajamento em políticas com o objetivo de melhoria de sua condição social (PINTO; FERREIRA, 2014, p. 6).

A identidade negra historicamente sofreu um constante processo de desvalorização, o que vinculou tudo o que é ruim e inferior às pessoas negras. Por conta disso, a interiorização inconsciente dessa forma negativa levou muitas pessoas a negarem a sua real identidade, e então absorverem a cultura branca como sua. As consequências desse histórico esfacelamento da identidade negra estão presentes até hoje na sociedade, juntamente com o racismo. Em contrapartida, os movimentos negros buscam o reconhecimento e fortalecimento da identidade negra frente a essa população.

2.5 REDE

O termo rede possui vários significados, utilizados em diferentes áreas de conhecimento há algum tempo. Vale (2004, p.5) ressalta que “o conceito de rede vem sendo

bastante utilizado em vários ramos do conhecimento - da física, à biologia, passando, entre outros, pela ciência da computação, geografia e sociologia”. Conforme Balestrin e Vargas (2004, p. 205, grifo do autor) a expressão rede, originalmente “se reportava a uma pequena armadilha para capturar pássaros, formada por um conjunto de linhas entrelaçadas, cujos **nós** eram formados pelas intersecções das linhas”. Portanto, esses nós são os atores que formam e sustentam a rede, o que não é muito diferente de quando se leva esse conceito para outras áreas, como por exemplo, no campo das ciências sociais, onde o termo rede diz respeito a um conjunto de pessoas ou organizações interligadas direta ou indiretamente (BALESTRIN; VARGAS, 2004, 205).

No âmbito das organizações, Vale (2004, p.5), utilizando Bejean e Gadreau (1997) aponta que “a rede é um conjunto de organizações ou de indivíduos engajados, reciprocamente, em transações recorrentes, reguladas segundo uma lógica de coordenação que extrapola o carácter estrito seja do mercado ou da hierarquia”. A configuração em rede para Balestrin e Vargas (2004, p. 204) consiste na “forma eficaz para as empresas alcançarem competitividade nos mercados por meio de complexo ordenamento de relacionamentos, em que as firmas estabelecem inter-relações”.

A formação de redes repercute não somente nos setores tradicionais, mas também no segmento das micro e pequenas empresas, essas buscam na ação cooperada um modo que garanta a sua sobrevivência em um mundo competitivo em constante transformação (VALE, 2004, p. 2). No mesmo sentido, Mello, Machado e Jesus (2010, p. 51) afirmam que a formação de redes pode ser um grande incentivador para as pequenas e médias empresas, visto que assim estas conseguem se ajustar às imposições do mercado e constituírem conhecimento para geração de inovações tornando-se competitivas. Balestrin e Vargas (2004, p. 210) também ressaltam essa importância dizendo que a lógica da configuração em rede surge a partir do reconhecimento da necessidade de se trabalhar em conjunto com outras pequenas e médias empresas visando o objetivo de se tornarem mais eficientes e competitivas no mercado.

É importante pontuar que a rede por não se referir a nenhum contrato jurídico, está sujeita a vontade das empresas que a compõem, além disso, o fato dos compromissos firmados pelos parceiros de apoio mútuo serem informais, a rede corre o risco de grande instabilidade (NETO; OLAVE, 2011, p. 294). Porém, é uma importante forma de desenvolvimento, tanto das micro, pequenas e médias empresas quanto do próprio país, por se tratar de negócios que geram empregos e riqueza econômica.

Já as redes de cooperação, mais especificamente, podem ser definidas como “o

conjunto de transações repetidas e sustentadas por configurações relacionais e estruturais dotadas de fronteiras dinâmicas e elementos interconectados” (BALESTRIN; VERSCHOORE; JUNIOR, 2010, p. 469). Ainda na visão dos autores, as redes têm competência para facilitar a realização de ações em conjunto e a transferência de recursos para o alcance dos objetivos. Na visão de Marion (2010, p. 1) “as redes de cooperação são grupos de pessoas ou instituições que se ajudam trocando informações, influências e aprendizado profissional para atingirem o objetivo de serem competitivas no mercado”. A autora ainda destaca que as redes de cooperação têm diversos formatos e naturezas.

A cooperação em rede pode ser estudada a partir de diferentes abordagens, destacando-se: economia industrial, abordagem de dependência de recursos, teoria de redes sociais, teorias críticas, teoria institucional, teoria de custos de transação e a abordagem de estratégias organizacionais. Por haver uma gama de abordagens teóricas no estudo de redes de cooperação é que existem diferentes definições para este fenômeno. Além do mais, as redes também podem ser analisadas quanto ao nível que estas podem ser estudadas, o que aumenta o grau de complexidade neste campo de estudo (BALESTRIN; VERSCHOORE; JUNIOR, 2010, p. 464).

Balestrin e Verschoore (2008, p. 1047) ressaltam a ideia de que as redes de cooperação “apontam soluções organizacionais diversas da tradicional, em que as conexões entre os agentes constituem relações estruturadas, socialmente e economicamente, no sentido de atender aos objetivos individuais e coletivos dos seus participantes”. Além do mais, a cooperação em rede oferece variados benefícios para as empresas e demais atores associados. Os benefícios alcançáveis pelas redes deslocam o tradicional enfoque, essencialmente individualista, para uma concepção de resultados coletivos (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008, p. 1062).

Nota-se que as redes de cooperação são essenciais para o desenvolvimento e permanência das micro, pequenas e médias empresas no mercado. Além disso, este tipo de rede auxilia na busca e difusão de conhecimentos entre os atores envolvidos, o que gera o fortalecimento dos(das) associados(as).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são expostos os procedimentos metodológicos utilizados para a realização desta pesquisa, utilizando-se de literatura própria para melhor elucidar as escolhas do método de pesquisa, técnica de coleta e de análise de dados.

3.1 MÉTODO DE PESQUISA

Por se tratar de um estudo que visou entender as particularidades dos indivíduos de um determinado grupo com o intuito de identificar como as atividades empreendedoras propostas pela Reafro reforçam (ou não) a identidade afrodescendente de seus(suas) associados(as), optou-se pelo método de pesquisa qualitativo e interpretativo. Afirmando a coerência do objetivo do trabalho com o método escolhido, Minayo (2001, p. 21-22) diz que

a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Deste modo, a pesquisa qualitativa compreende os dados que não seriam alcançados por outros métodos. Nesse sentido, Goldenberg (2004, p. 63) aponta que a pesquisa qualitativa tem um valor notório quando se quer estudar questões difíceis de mensurar a quantidade, como no caso de sentimentos, motivações, crenças e atitudes individuais.

Visto isso, Neves (1996, p.1) salienta que a pesquisa qualitativa envolve diversas técnicas interpretativas que visam auxiliar na descrição e decodificação de componentes de um sistema complexo de significados. Ainda de acordo com o autor, “em certa medida, os métodos qualitativos se assemelham a procedimentos de interpretação dos fenômenos que empregamos no nosso dia-a-dia, que têm a mesma natureza dos dados que o pesquisador qualitativo emprega em sua pesquisa” (NEVES, 1996, p. 1).

Desta maneira, é importante evidenciar que “qualitativa” não é sinônimo de “interpretativa”, de modo que uma pesquisa qualitativa, não necessariamente, será interpretativa, o que depende dos pressupostos que embasam a pesquisa (JOSEMIN, 2011,

p.10). Assim sendo, “pesquisadores interpretativos partem do pressuposto de que o acesso à realidade (dada ou socialmente construída) somente é possível através de construções sociais tais como a linguagem, a consciência e significados compartilhados”. Os estudos interpretativos comumente procuram compreender o fenômeno por meio dos significados atribuídos pelas pessoas (JOSEMIN, 2011, p.10).

3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A fim de melhor explicitar o processo de coleta dos dados necessários para responder às questões levantadas neste estudo, foram escolhidas as seguintes técnicas de coleta: entrevista e pesquisa documental, as quais serão detalhadas a seguir.

3.2.1 Entrevista

Gil (2008, p. 109) conceitua a entrevista como “a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação”. Para o autor a entrevista como técnica de coleta de dados “[...] é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram, bem como acerca das suas explicações ou razões a respeito das coisas precedentes” (GIL, 2008, p. 109).

Gil (2008, p. 109) ainda afirma que a entrevista é uma forma de interação social, na qual uma das partes busca informações e a outra é a fonte dessas informações. Nesse mesmo sentido, Marconi e Lakatos (2003, p. 196) dizem que a entrevista trata-se “de uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária”. Ambos os textos afirmam que a entrevista é uma das técnicas mais utilizadas no âmbito das ciências sociais, não somente pela coleta de dados, mas também na identificação e tratamento de problemas sociais.

As entrevistas dividem-se em três tipos, os quais são nomeados de diferentes formas dependendo do autor. Na visão de Menegon (2004, p.53, grifo do autor) classificam-se as entrevistas em:

Entrevista estruturada: [...] o entrevistador pergunta para os diversos entrevistados uma mesma série de perguntas pré-estabelecidas,

ficando o entrevistador preso ao enunciado específico do roteiro da entrevista [...]; Entrevista semi-estruturada: [...] o entrevistador faz perguntas pré-estabelecidas que considera principais, mas está livre para ir além, podendo elaborar novas perguntas que tornem as respostas mais completas; Entrevista desestruturada: [...] o pesquisado é livre para elaborar sua entrevista, segundo aquilo que considerar mais adequado.

Considerando-se as características da técnica da entrevista vistas acima e três dos quatro objetivos intermediários de: a) levantar quais são as atividades empreendedoras propostas pela Reafro e Reafro/RS, b) identificar os motivos que levaram os(as) empreendedores(as) a se associarem à Reafro/RS e d) compreender a relação dos associados à Reafro/RS com o tema da identidade afrodescendente; viu-se na técnica de entrevista semi-estruturada a possibilidade de obter-se informações mais pessoais e detalhadas para fins de atendimento aos objetivos.

Visto isso, destaca-se que foram realizadas o total de oito entrevistas, sendo quatro delas com coordenadores(as) e as demais com associados(as) da Reafro/RS. Para a realização das entrevistas foram utilizados dois modelos semi-estruturados de roteiro de entrevista, sendo um deles destinado aos(às) coordenadores(as) e o outro aos(às) associados(as). Ambos roteiros podem ser observados nos apêndices A e B deste trabalho.

As entrevistas foram realizadas em locais diversos, desde um café no centro de Porto Alegre, até a residência de uma das entrevistadas. Tiveram duração de no mínimo sete minutos e no máximo uma hora e quarenta minutos, variando de respostas diretas a mais contextualizadas. Para garantir que nenhuma fala fosse perdida nas entrevistas, optou-se pela gravação por meio de dispositivo de celular, a qual possibilitou com que, após as escutas, tais gravações fossem transcritas, para uma melhor visualização e organização das ideias na fase da análise.

Os entrevistados e entrevistadas foram: uma integrante do conselho deliberativo da Reafro e coordenadora da Reafro/RS, que a partir de agora será identificada como ENTREVISTADA 1; um ex-integrante do conselho deliberativo da Reafro e ex-coordenador da Reafro/RS, denominado ENTREVISTADO 2; uma ex-coordenadora da Reafro/RS, intitulada como ENTREVISTADA 3; um coordenador da Reafro/RS, que assumiu esse posto recentemente, chamado de ENTREVISTADO 4; além de outros quatro associados(as), denominados como ENTREVISTADA 5, ENTREVISTADO 6, ENTREVISTADA 7 e ENTREVISTADA 8.

De acordo com a classificação de cor ou raça utilizada pelo Instituto Brasileiro de

Geografia e Estatística (IBGE) – branca, preta, amarela, parda ou indígena – todos(as) os(as) entrevistados(as) se autodeclaram como preto. Já a idade dos entrevistados e entrevistadas, apresenta uma grande variação: de vinte e oito a sessenta anos. Além disso, a maior parte dos(as) entrevistados(as) possui curso superior completo.

3.2.2 Pesquisa documental

Na pesquisa documental, de acordo com Gil (2008, p. 147), “são considerados documentos não apenas os escritos utilizados para esclarecer determinada coisa, mas qualquer objeto que possa contribuir para a investigação de determinado fato ou fenômeno”.

Isto posto, as autoras Marconi e Lakatos (2003, p. 158, grifo do autor) classificam os principais tipos de documentos em fontes primárias e secundárias.

a) Fontes Primárias - dados históricos, bibliográficos e estatísticos; informações, pesquisas e material cartográfico; arquivos oficiais e particulares; registros em geral; documentação pessoal (diários, memórias, autobiografias); correspondência pública ou privada etc. **b) Fontes Secundárias** - imprensa em geral e obras literárias.

As fontes tidas como primárias são realizadas por meio de pesquisa documental, já as fontes secundárias são executadas pela pesquisa bibliográfica.

Assim, a pesquisa documental tradicionalmente vale-se dos **registros cursivos**, que são persistentes e continuados. [...] Mas muitas pesquisas utilizam **registros episódicos e privados**, constituídos principalmente por documentos pessoais e por imagens visuais produzidas pelos meios de comunicação de massa. E também podem ser identificadas pesquisas que se valem dos chamados **dados encontrados**, que são constituídos não apenas por objetos materiais, mas também por vestígios físicos produzidos por erosão ou acumulação no meio ambiente. [...] (GIL, 2008, p. 147, grifo do autor)

Os dois tipos de pesquisa muitas vezes assemelham-se, porém a principal diferença está na natureza das fontes. Ao tempo em que a pesquisa documental utiliza materiais que ainda não foram analisados ou que podem ser reelaborados, a pesquisa bibliográfica usa como fonte diversos autores que já escreveram sobre determinado assunto (GIL, 2008, p. 51).

Tendo em vista a necessidade levantar quais são as atividades empreendedoras propostas pela Reafro e Reafro/RS e identificar a presença do tema da identidade afro-descendente no material institucional desta, que se refere ao terceiro objetivo intermediário

deste trabalho, utilizou-se como fonte primária de dados pesquisas feitas nos sítios eletrônicos da Reafro e Reafro/RS. Além disso, também foram analisados materiais impressos, os quais foram distribuídos pela Reafro/RS em um de seus encontros. Destes, destaca-se como grande fonte informativa a Revista Brasil Afroempreendedor (, que descreve de forma sequencial o histórico de formação da Reafro e, conseqüentemente, da Reafro/RS.

3.3 PROCESSAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

Realizaram-se 8 entrevistas, as quais foram ouvidas e transcritas na sua integralidade, gerando 26 páginas em edito de texto tipo Word. Além disso, o fato de algumas entrevistas terem sido gravadas em ambientes com ruídos, fez com que tivessem de ser ouvidas mais de uma vez, de modo que não se perdesse nenhuma fala.

Com relação ao material documental, este foi consultado no sítio eletrônico da Reafro e Reafro/RS, nos folhetos recebidos em eventos realizados pela Reafro/RS e na revista Brasil Afroempreendedor. Cabe destacar que, apesar de haver pouco conteúdo nos sítios eletrônicos, estes foram lidos atentamente, assim como os demais materiais.

De posse de todo esse conteúdo empírico – entrevistas transcritas e material documental – leituras foram realizadas de modo a perceber unidades temáticas, ou seja, categorias de análise as quais poderiam gerar as seções que constituiriam o capítulo de análise. Especificamente sobre o conteúdo relativo às falas das entrevistas, as 26 páginas de editor de texto, juntamente à leitura se utilizou o recurso do realce com cores. Desse modo, foi estabelecido pela autora uma cor específica para cada conjunto de falas que tivessem unidade temática, por exemplo, cor verde para as falas sobre identidade social.

Da união do material das entrevistas e documental, foram organizadas 4 seções para a organização da análise. A primeira seção se refere a uma revisão histórica, as demais seções 4.2) processo de construção da identidade negra; 4.3) a identidade negra e a Reafro e; 4.4) Reafro: Pô, é negócio! – se referem a categorias que aprofundam mais diretamente a problemática da pesquisa proposta, ou seja: identidade e empreendedorismo afrodescendente. A fala dos entrevistados foi o principal material de construção dessas categorias/seções, sendo estas apoiadas pelo material documental, assim como a construção teórica que embasou a primeira parte deste TCC.

4. ANÁLISE

Este capítulo é destinado à análise das informações obtidas nas diversas formas de coletas de dados explanadas anteriormente neste trabalho. A partir da categorização das informações, principalmente, das falas dos entrevistados, se chegou a seguinte divisão desta análise: 4.1) histórico e propósitos da Reafro e Reafro/RS; 4.2) processo de construção da identidade negra; 4.3) identidade negra e a Reafro e; 4.4) a Reafro: “Pô, é negócio!”.

4.1 HISTÓRICO E PROPÓSITOS DA REAFRO E REAFRO/RS

Nesta seção é construído um breve histórico sobre a constituição da Reafro e Reafro/RS, com o intuito de elucidar como se formou a rede e como esta é estruturada. Essas informações são baseadas no sítio eletrônico de ambas unidades e nos documentos fornecidos pela própria entidade. Nesta seção são utilizadas informações tanto das entrevistas, quanto da pesquisa documental.

4.1.1 Reafro

A Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro) passou por um processo de criação que durou cerca de dois anos. Tudo começou com o Projeto Brasil Afroempreendedor (PBAE) – que tinha como objetivos principais fomentar o fortalecimento econômico e social dos empreendedores(as) negros(as) e construir uma rede nacional de afroempreendedores – iniciado por uma demanda da sociedade civil ao SEBRAE Nacional. A partir disso, ao longo do ano de 2012 foram realizados encontros para formulação do projeto e articulação das pessoas envolvidas, o que resultou no I Seminário Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro (I SENEAB).

O Projeto Brasil Afroempreendedor foi lançado neste I SENEAB, que ocorreu em 5 de agosto de 2013 no auditório da Câmara Municipal de São Paulo, sendo coordenado pelo Instituto Adolpho Bauer (IAB) de Curitiba (PR), pelo Coletivo de Empresários e Empreendedores Afrobrasileiros de São Paulo (CEABRA/SP) e pela Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afrobrasileiros (ANCEABRA). Estavam presentes militantes do movimento negro, empresários e empreendedores negros e negras, representantes de governos municipais e estaduais, assim como do governo federal.

Em relação a isto, o ENTREVISTADO 2 confirma este processo dizendo que:

[...] em 2012/2013 tinha um projeto chamado Brasil Afroempreendedor. Esse projeto era vinculado em parcerias com o Instituto Bauer, que é de Curitiba, mais o Sebrae, mais algumas parcerias com empresários negros. Enfim, surgiu a ideia de se fazer um projeto, e esse projeto teoricamente era pra ser compreendido pelo Brasil inteiro.

Durante vinte e quatro meses, em doze estados brasileiros ocorreram atividades de capacitação individuais ou em pequenos grupos, questionários e outros equipamentos de pesquisa com o objetivo de identificar o perfil dos(as) empreendedores(as) brasileiros(as) e conhecer as dificuldades existentes, além de um seminário em cada estado. Ademais, os cerca de 110 empreendedores(as) negros(as) presentes por unidade federativa participante do projeto, receberam apoio para a criação de planos de negócios, ajudaram na construção do livro “Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro - Perspectivas para o Século XXI”, organizado por João Carlos Nogueira (coordenador executivo do PBAE), e receberam um importante convite para integrar a Rede Brasil Afroempreendedor.

Com a conclusão do Projeto Brasil Afroempreendedor no Seminário Nacional em São Paulo, realizado em 13 de dezembro de 2015, constitui-se então, durante assembleia, a Rede Brasil Afroempreendedor. Esta, tinha a intenção de dar continuidade às capacitações e formações dos afroempreendedores(as), estendendo-se aos 12 estados brasileiros participantes. Neste mesmo momento foi aprovado o estatuto e eleita a primeira diretoria da rede, tendo como presidenta Ruth Pinheiro, oriunda do estado do Rio de Janeiro.

Quanto a essa formação, o ENTREVISTADO 2 descreve que:

[...] nós tivemos uma formação com o pessoal do Instituto Bauer e do Sebrae [...] dos dez que estavam ali (do Rio Grande do Sul), tinha que escolher cinco para serem representantes de cada estado, daí eu fui escolhido um dos cinco representantes no estado do Rio Grande do Sul. A proposta era que cada comissão tivesse a oportunidade de estar organizando a rede no seu estado entre outras coisas.

Também destacam-se as palavras da ENTREVISTADA 1 sobre este evento, a qual relata que:

[...] tiveram pessoas maravilhosas lá dando palestras. Gente da melhor qualidade. O que tinha de melhor de negro empreendedor e bem-sucedido estava lá. E a partir daí que se decidiu criar a rede Brasil de afroempreendedores nacionalmente, com seus colegiados estaduais.

A partir dos relatos, percebe-se que este evento, o qual marcou o término do Projeto Brasil

Afroempreendedor, e o início da Rede Brasil Afroempreendedor e sua propagação nos estados brasileiros, propiciou aos(às) afroempreendedores(as) presentes, uma experiência diferenciada de desenvolvimento pessoal e profissional, além da oportunidade de interação com diversas pessoas de vários lugares do país, trocando experiências e dificuldades enfrentadas no mundo do empreendedorismo.

Inicialmente com sede em São Paulo, e após no Rio de Janeiro, a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro) conta atualmente com 17 diretores, 60 representantes de 12 estados que compõem o conselho deliberativo, 3 titulares e suplentes do conselho fiscal, além de coordenação geral e jurídica com 1 titular cada. Como é uma entidade sem fins lucrativos, a Reafro busca a obtenção de recursos através de parcerias com investidores e apoiadores institucionais no Brasil e no exterior. Para além, estão previstas contribuições mensais dos(as) associados(as), que ainda não ocorrem, visto que os(as) empreendedores(as) estão em processo de associação.

A rede tem como objetivos: 1) fomentar e estimular a ação empresarial através da mutualidade e/ou assistência financeira aos associados; 2) defender os interesses comuns dos associados junto a órgãos públicos e privados; 3) propiciar cursos, palestras e debates que tratem, principalmente de inovações tecnológicas e gestão empresarial; 4) oferecer orientações quanto ao uso de novas técnicas de gestão empresarial; 5) atuar junto com outros órgãos representativos de ação empresarial; 6) promover o desenvolvimento de oportunidades de negócios, o convívio e a fraternidade, o sentido e a ação comunitária, a participação solidária, a integração social e econômica; 7) realizar ações e atividades que promovem a produção, comercialização e distribuição de produtos, serviços e demais bens de consumo de empreendedores/as afro-brasileiros; 8) desenvolver projetos e parcerias de fomento econômico-financeiro aos afroempreendedores brasileiros; 9) promover e apoiar as iniciativas produtivas, formativas e de qualificação; 10) publicar livros, artigos, periódicos ou outras formas de disseminação de ideias e de conhecimento sobre o afroempreendedorismo; 11) promover ações culturais, desportivas, educativas e assistenciais para fortalecer e estimular o empreendedorismo afro-brasileiro e assegurar a atuação da Reafro sem limites regionais.

Segundo a ENTREVISTADA 1 a ideia dos organizadores da Reafro, em relação aos(as) empreendedores(as) participantes era: “[...] pegar essas pessoas e prepará-las para o mercado, fortalecer o negócio delas, fazermos parcerias para que elas possam ter acesso a um crédito dentro das suas possibilidades, a uma política de Estado. Isso aí não é uma coisa fácil, pode parecer utópico”. No mesmo sentido, a ENTREVISTADA 3 relata como sendo o propósito da Reafro “[...] aproximar e fortalecer os empreendedores negros, criando uma rede

de profissionais de diversas áreas, que possam se ajudar mutuamente, divulgando serviços e produtos de nossos afroempreendedores do país”.

Recentemente, no mês de maio de 2017, foi divulgado no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro o registro da Reafro (INSTITUTO IAB, 2017, p. 1). A partir desse registro, a rede tem legitimidade para realizar associações e dar início aos movimentos financeiros, atuando como uma base de dados, centralizando informações dos afroempreendedores e promovendo a cooperação entre os negócios.

4.1.2 Reafro/RS

A Rede Brasil Afroempreendedor do Rio Grande do Sul (Reafro/RS) integra esta rede nacional de fomento e promoção social e econômica dos(as) afroempreendedores(as). Ela foi constituída pelos representantes do estado gaúcho que se fizeram presente no Seminário Nacional ocorrido em São Paulo no final do ano de 2015. O ENTREVISTADO 2 relata uma tentativa de organização anterior. Ele diz que:

[...] aqui no Rio Grande do Sul em 2012/2013, houve uma primeira tentativa de organização. Eu sei que não deu muito certo. Então teve essa primeira tentativa em 2012/2013, chamaram alguns afroempreendedores. A pessoa responsável aqui no Sul começou a procurar os afroempreendedores, então entrou em contato com meia dúzia de gente que a pessoa já sabia, e assim foi se multiplicando. Eu sei que no site do SEBRAE se fez algum tipo de divulgação.

Visto isso, a Reafro/RS é aberta para a participação/associação de afroempreendedores(as) de todo o estado do Rio Grande do Sul que tiverem interesse. A rede hoje é coordenada por 5 empreendedores(as) negros(as) que fazem parte do conselho deliberativo da Reafro. Estes têm a incumbência de fazer com que a rede siga as diretrizes nacionais, além de alimentar o sistema nacional com informações sobre os(as) associados(as), promover atividades empreendedoras (com o auxílio de parcerias como o SEBRAE/RS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, entre outros), estimular a participação de novos(as) afroempreendedores(as), e atuar como representação frente a instituições públicas e privadas.

Os objetivos dessa rede de cooperação estão alinhados nacionalmente, sendo eles: 1) fomentar oportunidades de negócios; 2) estimular a cooperação e a participação solidária entre os(as) afroempreendedores(as); 3) ser uma representação organizada frente às

instituições públicas e privadas; 4) desenvolver projetos e parcerias de crédito e financiamento para empreendedores(as) afro-brasileiros(as) de micro e pequenas empresas.

Com relação às parcerias firmadas pela rede, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) está entre as principais. Em sua fala, a ENTREVISTADA 1 ressalta essa importante parceria dizendo que

[...] a UFRGS é muito nossa parceira. O DEDS (Departamento de Educação e Desenvolvimento Social), em todas as ações está nos disponibilizando espaço. Então é uma parceria bem legal e dá ao projeto, que agora já não é mais projeto, é uma rede, uma credibilidade, porque entrar ali também não é fácil.

Em concordância com isso, o ENTREVISTADO 2 em sua fala, também se atenta a este fato, analisando que a universidade tem um histórico elitista e conservador, no qual apenas pessoas brancas e de classes mais abastadas frequentavam. Romper estas barreiras, por exemplo, enchendo o Salão de Atos da UFRGS de negros e negras, e ainda falando sobre afroempreendedorismo, já foi uma grande vitória para os coordenadores da Reafro/RS e para os demais envolvidos.

O ENTREVISTADO 2 está fazendo referência à primeira ação para o público em geral da Reafro/RS, ocorrida em 21 de julho de 2016, através do I ENCONTRO EMPRESARIAL REAFRO/RS, no Salão de Atos II da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Este evento, que reuniu em torno de 200 negros e negras empreendedores(as), serviu para que a rede, já estabelecida no estado, fosse apresentada para a sociedade, além de propiciar uma integração entre rede e possíveis associados por meio de debates, feira de afroempreendedores(as), entre outras atividades. Tal evento contou com a presença da Presidenta da Reafro, Ruth Pinheiro, e uma representação do SEBRAE/RS, que falou sobre os benefícios da formalização dos negócios e prestou consultoria aos(as) afroempreendedores(as) que não possuíam CNPJ.

Ainda em relação à primeira atividade da Reafro/RS, o ENTREVISTADO 2 relata que:

[...] a primeira proposta que nós tivemos foi aquele encontro de apresentação, onde a gente já conseguiu detectar como é que estava o movimento afroempreendedor aqui no Rio Grande do Sul. Então ali era uma proposta básica de apresentação da Reafro, e ao mesmo tempo a gente dar uma tateada pra ver como é que os afroempreendedores estavam se comportando. Uma das propostas que a partir daquele encontro nós tivemos era ficar um pouco mais íntimo, a gente fortalecer um pouco mais a relação com o SEBRAE e fazer formações específicas para afroempreendedores.

Destaca-se que o fato de levar o tema do afroempreendedorismo para dentro da universidade é algo muito significativo, dado que pouco se atenta na academia a produções referentes a questões de raça, nas mais diversas áreas de estudo, mas especialmente no que se refere ao campo dos negócios e das organizações (CONCEIÇÃO, 2010).

Depois deste evento a rede promoveu outras atividades, algumas mais voltadas para os(as) associados(as), com formações e palestras para agregarem conhecimento quanto ao empreendedorismo. Também foi organizado um II ENCONTRO, realizado em 29 de outubro de 2016, no Plenarinho da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, com palestras sobre marketing e contabilidade, além dos impostos. No final deste mesmo ano também ocorreu a reunião nacional de planejamento para o ano de 2017, na qual estavam presentes representantes de todos os estados participantes da REAFRO.

Fazendo referência às atividades empreendedoras da Reafro/RS, o ENTREVISTADO 4 acredita que, pelo fato da rede ser relativamente nova, as atividades ainda não se encontram bem estruturadas. Deste modo, o entrevistado ressalta a importância dos coordenadores se reunirem mais efetivamente, a fim de se organizarem quanto a isso, podendo assim fomentar os afro-negócios de fato.

Em relação ao processo inicial de formação dos(as) associados(as), a ENTREVISTADA 1 expõe que a Reafro/RS “está nesse primeiro momento formando em algumas áreas. Os workshops servem para as pessoas terem um gostinho daquilo. Nós já tivemos workshop sobre marketing, contabilidade, formalização da empresa”. A ENTREVISTADA 1 ainda ressalta na sua fala, o desconhecimento dos(as) afroempreendedores(as) quanto à importância de se ter uma marca, de terem um cartão de visitas, entre outras ferramentas que auxiliam no crescimento de um negócio.

É importante ressaltar que até o momento a rede não tem associados(as) efetivamente, por conta da Reafro até pouco tempo ainda não ser reconhecida legalmente. Porém, os(as) empreendedores(as) que participam da rede, e estão em processo de associação, já se dizem associados(as). Além disso, a rede não possui sede própria. Reuniões e demais encontros são realizados em espaços cedidos por parceiros e associados.

Sobre o processo de associação, a ENTREVISTADA 1 enxerga que a Reafro/RS:

[...] está nesse ponto, de estar unindo as pessoas, fazendo workshop, fazendo seminário, fazendo com que as pessoas comecem a ter essa consciência, e aí sim, formalizar os associados. O que eles vão poder pagar de acordo com o seu

faturamento percentual para a Reafro e terem acesso a esses serviços, desde um serviço jurídico, até um serviço de assessoramento em várias áreas, mas aí ele já está com esse pensamento fortalecido.

É uniforme a opinião dos entrevistados quanto a este processo. Porém, há a necessidade de um aceleração nestas questões, inclusive quanto à sede, conforme relata a ENTREVISTADA 5:

[...] talvez a gente necessite de um aceleração de realmente estabelecer essa sede aqui no Rio Grande do Sul para as pessoas realmente verem as coisas acontecendo e terem mais interesse, até mesmo em participar de forma mais ativa nas organizações da Reafro/RS. Porque a gente ainda não está vislumbrando que agora em 2017 já vai ter a sede estabelecida. Sabemos que vai ter, mas ainda não tem nada definido com a data.

Isso posto, percebe-se um incômodo tanto dos(as) coordenadores(as), quanto dos(as) associados(as) em relação à falta de uma estrutura física da rede no Rio Grande do Sul.

4.2 PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NEGRA

Com relação ao entendimento dos(as) entrevistados(as) quanto à temática da identidade negra, percebe-se uma diferenciação entre as opiniões expostas.

O ENTREVISTADO 2 acredita que:

[...] todo negro tenha a identidade afro consigo, em maior ou menor grau, vamos dizer assim. Porque muita gente fala da conscientização de forma quase panfletária. Para ti ser negro tu tem que estar de turbante. Para mim a identidade negra é: os outros te reconheceram como negra? Tu é negra. Porque mesmo que tu não queira, tu tem a tua carga negra. As formas que tu vivenciou a tua vida até então, foram maneiras singulares negras, então tu reproduz isso de maneira em maior ou menor grau. Isso não quer dizer que eu não acredite que as pessoas não tem que se informar, que as pessoas não tem que se constituir no sentido conscientemente como negros, eu acho isso muito importante. Eu olho pra ti eu te vejo negra, não interessa se tu está com o cabelo alisado, com o cabelo crespo, se tu está de *black power*, tu é negra. Porque as pessoas vão te reconhecer como negra, quer queira, quer não.

Já os(as) demais entrevistados(as), acreditam que a identidade negra está relacionada com o autorreconhecimento das pessoas como negras, do seu interesse em se inserir em espaços da comunidade negra e com o que vem da África. A ENTREVISTADA 6, por exemplo diz que:

[...] identidade afrodescendente se dá pra mim a partir do momento que você enxerga onde estamos inseridos socialmente como comunidade negra. Quando enxergamos o nosso local de não pertencimento, de estar acessando lugares, mas não fazendo parte real do acesso, como locais burgueses, faculdade, teatro, cinema. Outra questão é o problema com os não privilégios, de quanto passamos por muitas questões internas e nem sabemos tudo. Sim, passa antes pelo racismo, para depois ser uma escolha de ser contratado ou não contratado para uma empresa, fazer parte de grupos sociais, confrarias entre outros. Nos pré determinam onde devemos estar e com quem devemos estar, mesmo de forma velada e intrínseca. E quando sabemos de tudo isso, para mim, criamos nossa identidade negra.

É importante destacar, de acordo com a ENTREVISTADA 6, que a constatação de situações que revelam o racismo existente na sociedade, e a procura de métodos de combate a este, também fazem parte do processo de identificação enquanto negros e negras.

Na sua fala a ENTREVISTADA 8 expõe que:

[...] identidade negra, na minha opinião, é ter consciência do que fomos, o que somos, e o que queremos ser. Nos posicionarmos, termos o conhecimento da nossa descendência, e saber com propriedade o nosso histórico e ações dos nossos ancestrais, para que possamos hoje nos apoderar dessas ações em prol dos nossos descendentes.

Nota-se que o conhecimento histórico auxilia, e muito, na construção da identidade negra. Vale salientar que, no entendimento da autora deste trabalho, este conhecimento está além do que é passado através dos livros escolares, que geralmente falam de modo simplista sobre os negros e sua história.

Para a ENTREVISTADA 5:

[...] o processo de se encontrar enquanto pessoa negra é uma coisa que tu vai adquirindo. Tu vai vivenciando essa identidade negra. Seja na questão da vestimenta, no próprio cabelo, como eu já havia dito, de tu estar buscando informações a respeito da tua história, e não só o que nos colocam como processo histórico, mas acho que reforçando, principalmente com as crianças, essa importância de ser negro, de se identificar, de te aceitar, de se gostar e não deixar com que as pessoas te diminuam. Enfim, estar buscando mesmo recursos para enfrentar esse racismo que a todo instante tu é colocado a prova.

Já a ENTREVISTADA 1, vê a questão da identidade negra de uma forma bem mais simplificada, já que para ela “de forma bem pragmática, afrodescendente é aquele que se diz que é afrodescendente”. Portanto, nota-se que a autoidentificação, o autorreconhecimento racial, neste caso, é o que importa para ser negro(a) e sentir-se pertencente a este grupo.

Relacionando a cultura que vem da África com a identidade negra, o ENTREVISTADO 7 expõe que, na sua visão, esta cultura é “a cultura na qual os negros e os mestiços foram se organizando, ou foram sendo organizados pela elite do continente e do país”. Nesta fala, reflete-se sobre a relação da identidade com a cultura negra. Esta que por meio da música, das vestimentas, da arte africana, representa aqueles(as) que se identificam como negros(as) e reforçam essa identidade.

Diante das respostas proferidas pelos(as) entrevistados(as), pôde-se perceber que além da autoidentificação enquanto negros e negras, há também a heteroidentificação, ambas já citadas no referencial teórico deste trabalho. A primeira é quando a identidade é definida pelo próprio sujeito, referindo-se a um processo mais particular. Já a heteroidentificação, é quando a identidade é definida pelos outros, geralmente um grupo majoritário, e está frequentemente ligada a uma identidade negativa (CUCHE, 2002, p. 184). Notou-se nas falas uma maior importância para a autoidentificação visto que esta parte de um processo de afirmação e conhecimento de sua história, da sua descendência, e do espaço onde se encontra inserido, ou que lhes é permitido estar na sociedade.

Ainda em relação ao relato dos(as) entrevistados(as), nota-se que na maior parte dos casos é dito que o processo individual de construção da identidade negra destes(as) coordenadores(as) e associados(as) consultados(as) já estavam completos. Além disso, todos(as) mostraram-se seguros(as) quanto à sua autodeclaração racial. Segundo eles(as), isto se deu antes mesmo de adentrarem na Reafro/RS, seja por questões familiares ou por questões de militância. Outro ponto relevante foi a descrição do reforço da identidade após a participação em espaços como Centros de Cultura Negra, e também devido à abrangência de projetos de ações afirmativas.

4.3 A IDENTIDADE NEGRA E A REAFRO/RS

A impossibilidade de dissociação do tema da identidade negra com as práticas da Reafro/RS foi percebida na fala dos(as) entrevistados(as), tanto coordenadores(as) como associados(as). De acordo com isso, o ENTREVISTADO 2 fala que:

[...] e se a gente não discutisse a questão da identidade negra de uma forma direta, pelo simples fato de sermos afro e estarmos fazendo isso [participando da Reafro/RS], estaríamos fazendo [discutindo a questão da identidade negra]. Mesmo que não tocássemos diretamente nessa questão, quem está vindo de fora, está vindo negros se formando como empresários. Eu particularmente acho importante, mas

entendo se por um acaso não tiver [a discussão sobre a identidade negra].

Considerando o fato de estarem reunidos(as), discutindo questões e dificuldades que estão ligadas somente a este grupo, subjetivamente, já está se falando de identidade negra.

Para além disso, nota-se a defesa da ideia de que a promoção de atividades que reúnem negras e negros para a realização de práticas que fortalecem e desenvolvem suas capacidades, tanto no âmbito pessoal quanto no profissional, por si só já contribuem no reforço da identidade destas quanto aos aspectos da negritude.

Para o ENTREVISTADO 7, a Reafro/RS cumpre um papel muito importante. Ele diz que:

[...] o discurso da Reafro/RS é muito forte na questão da identidade afro-brasileira e afro-gaúcha. A Reafro é uma rede nacional, mas aqui no Rio Grande do Sul ela tem essa particularidade: de o Rio Grande do Sul ser nacionalmente conhecido como terra de alemão e de italiano. Então, quando a Reafro/RS puxa para um regionalismo, acho que é uma coisa bem importante e ela traz isso bem forte nos seus discursos.

É comum este pensamento de que no Rio Grande do Sul não existem negros, até mesmo devido a invisibilidade dos negros na história do estado. Segundo Silveira (2005),

em outros estados brasileiros é comum as pessoas pensarem que o Rio Grande do Sul não tem negros, só descendentes de portugueses e espanhóis, ou alemães, italianos e outros imigrantes. O negro é também um dos formadores do povo sul-riograndense, assim como foi do País. Habitante do campo foi gaudério, nômade e viveu, também, à margem da sociedade escravagista. Foi quilombola. É gaúcho, sim, com a marca de trabalhador rural a cavalo. O gaúcho negro sempre existiu e existe. Viveu e vive nas estâncias e em pequenas ou minipropriedades rurais aqui no Sul.

Deste modo, a Reafro/RS tem um papel duplamente importante. Primeiro, pelo fato de evidenciar que no Rio Grande do Sul existiu e existem negros, os quais, assim como diz Silveira (2005), também são formadores do povo gaúcho e brasileiro. E em um segundo momento, auxiliar e fortalecer os(as) empreendedores(as) negros(as) associados(as).

O ENTREVISTADO 7 por sua vez, faz uma crítica construtiva à Reafro/RS, no sentido de expansão da capacidade de reforço identitário por parte da rede. Assim, o entrevistado propõe que:

[...] a rede tem que, em algum momento, passar a estar nos territórios negros. Boa parte dos territórios negros no Brasil não são regulares, então não estão no

mapeamento regular dos planos diretores, dos planos de financiamento, enfim, de uma série de coisas. Então, eu acho que o comportamento empreendedor pode ser muito melhor divulgado [...] a Reafro/RS pode contribuir mais com isso. Pode trazer mais essa ideia desse comportamento, até para o empreendedor negro, muitas vezes a mulher negra, a gente não tem coragem até pela violência que sofre, a coragem da ousadia.

Compreende-se que nem todos(as) os(as) afroempreendedores(as) têm conhecimento desta rede, que além de ser algo novo no estado, não possui uma sede estabelecida, o que acaba dificultando uma possível expansão. Além disso, entende-se que a rede deve, em algum momento, ir até os(as) empreendedores(as) negros(as), pois muitas vezes por não conhecerem, não se sentem à vontade para chegar em um ambiente desconhecido. Desta forma, se faz necessária a apresentação da Reafro/RS dentro dos territórios e espaços negros.

4.4 A REAFRO: “PÔ, É NEGÓCIO!”

Desde o primeiro evento realizado pela Reafro/RS, do qual a pesquisadora deste trabalho participou, assim como em conversas anteriores entre os coordenadores, atentou-se para deixar visível a todos que a rede não é um movimento negro, mas sim uma rede de apoio a negócios. O ENTREVISTADO 2 enfatiza isso na sua fala, “fizemos todo aquele encontro na Universidade Federal, tivemos todo aquele viés de profissionalizar o negócio no sentido de: ‘Pô, é negócio!’. A gente queria deixar isso bem marcado, é negócio”. O mesmo entrevistado entende a importância de se tratar sobre as questões identitárias e histórica dos negros no Brasil dentro da Reafro/RS, mas sem se afastar do caráter de negócio da rede. Ele ainda enfatiza, “é um negócio. A gente tem a questão afro, mas é um negócio. Se não ficamos muito na questão do movimento, a gente não é um movimento”.

Nesse mesmo sentido, o ENTREVISTADO 4 em sua fala diz que:

[...] é uma rede para trabalho, talvez daqui a pouco se entre em contato com alguma entidade do movimento negro, mas há de se ter cuidado, porque nós queremos montar uma rede de negros para negócios de trabalho. Então nós não podemos colar as duas coisas, **elas andam paralelas, mas não andam juntas**. O movimento negro tem um objetivo e a Reafro tem outro.

A partir das falas e dos dados apresentados, entende-se a preocupação dos membros da rede em evidenciar o viés de negócio que esta quer representar e expor à sociedade. Além disso, é visível a preocupação da Reafro/RS frente às dificuldades que os(as) afroempreendedores(as)

vêm encontrando em questões como a criação de pessoa jurídica e o acesso ao crédito. Dificuldades estas que estão, conforme este trabalho demonstrou especialmente em sua seção teórica, para além do campo dos negócios, situadas no campo da discriminação racial.

Quanto a este problema de acesso ao crédito, em matéria escrita por Márcia Rodrigues, intitulada “Empreendedor negro tem crédito negado 3 vezes mais do que branco no Brasil”, é evidenciado este fato. A autora utiliza as palavras de Eugene Cornelius Junior chefe do escritório de comércio internacional da SBA (Small Business Administration), a qual oferece serviços de apoio à pequena e média empresa semelhantes ao Sebrae, para fazer essa afirmação. Segundo Cornelius Junior, há uma diferenciação no tratamento de brancos e negros quanto ao acesso de liberação crédito, e uma das barreiras é o fato dos negros não ocuparem posições de gerenciamento e cargos executivos.

Eles são a maioria da população, se não têm de quem emprestar o dinheiro dentro da família ou de amigos, na maioria das vezes eles não têm capital para iniciar ou expandir o seu negócio. Isso impacta diretamente e de forma negativa no PIB [Produto Interno Bruto]. (CORNELIUS JUNIOR, 2017)

Visto isso, Cornelius Junior ainda afirma que

[...] é possível criar programas de desenvolvimento, ver quais as forças de trabalho necessárias para viabilizar novos negócios, o que é preciso para produzir mais, gerar mais empregos e oportunidades para a população. Isso refletiria de forma positiva no Brasil como um todo e não, apenas, para os afrodescendentes.

Assim sendo, essa fala vem ao encontro com o que a Reafro/RS se propõe a fazer, juntamente com parcerias que possibilitarão a formação e o desenvolvimento desses(as) afroempreendedores(as).

Ao relacionar a identidade negra com o mundo dos negócios, percebe-se nas falas que mesmo notando a impossibilidade de desvincular o afroempreendedorismo da identidade negra, o ENTREVISTADO 4 enxerga a viabilidade de um “bom tráfego” frente a situações de racismo. Segundo ele,

[...] a identidade negra não tem como se desvincular do afroempreendedorismo, uma coisa puxa a outra. Mas a gente tem muito cuidado. Nós prestamos serviços em lugares 100% brancos, mas nós nunca tivemos problemas. Pode até existir uma situação de racismo. Até pode. Existe! Se eu te disser que não, vou estar mentindo pra mim e pra todo mundo. Mas é uma coisa que a gente trafega bem. Então, a gente tem que trabalhar isso. Porque o afroempreendedor ele quer montar uma rede, é por isso que se chama Reafro. Mas todas essas pessoas que estão na rede, em momento

algum elas vão se negar a prestar serviços também para o povo que é branco. São ainda detentores dos maiores negócios, nós estamos querendo chegar e competir nesse mercado. Então, nós não podemos de forma alguma dispensar eles.

A partir dessa fala, percebe-se que para o entrevistado que os resultados obtidos com os serviços prestados têm mais importância do que uma situação de racismo vivenciada. É perverso pensar, que para o bom andamento de um negócio se “trafegue bem” por uma situação tão degradante como o racismo, ainda mais se tratando de um empreendedor articulado em uma rede que visa a afirmação de negros e negras no mundo dos negócios.

Para o ENTREVISTADO 2, a questão da identidade negra não pode ser um empecilho para escolha do negócio que irá ser desenvolvido pelo(a) afroempreendedor(a). Desta forma, o entrevistado expõe que:

[...] eu acho importante também a gente desvincular isso [o tema da identidade negra] um pouco da questão do afroempreendedor com o artesanato, como se a gente tivesse só aquilo ali. Tem que mostrar para o afroempreendedor que ele não é só aquilo. Porque daqui a pouco a gente pensar nessa questão identitária, questão de identidade negra e afro, a gente acaba caindo nesse viés que pra mim é um pouco delicado, de ser negro ter que trabalhar com a temática negra, ou tu ser negro tu tem que vender produtos específicos de negro e não é bem assim. Então, a gente entende que é importante sim, mas a gente quer discutir um pouco mais do que isso, a gente tem que aprofundar um pouco mais.

Reforçando a ideia de diferenciação da Reafro/RS do movimento negro, a ENTREVISTADA 3 relata que:

[...] temos em nosso grupo, diversos participantes do movimento negro, mas esta não é uma obrigatoriedade para participar da rede. O movimento negro teve participação em muitas conquistas do povo negro e sem dúvidas representantes destes movimentos nos auxiliam para as diretrizes e necessidades de nosso povo. Mas a Reafro/RS **não se identifica** como entidade do movimento negro, mas tem em seu propósito valorizar e favorecer os afroempreendedores que na sua maioria das vezes encontram barreiras para seu desenvolvimento devido às questões raciais.

Fica evidente, portanto, essa diferença quanto aos objetivos da rede e do movimento negro. A visão da Reafro/RS está ligada ao resultado dos negócios dos(as) afroempreendedores(as) envolvidos(as).

Por outro lado, apesar desta diferença exposta, o ENTREVISTADO 2 defende a ideia de que:

[...] por ser formada por pessoas de vários movimentos negros, de mulheres, a questão da mulher negra, encontro de gerações, a gente **não tem como desvincular**. [...] A gente acha isso importante, mas entendemos antes de qualquer coisa que **é um**

negócio, priorizamos isso. **É um negócio** e temos que agir como empresários, nas formações, na fala, enfim.

Sendo assim, entende-se que, pelo fato da rede ser composta por pessoas negras, e estar buscando o crescimento e o reconhecimento destas enquanto empreendedoras, fica difícil desvincular a Reafro/RS de ser uma forma de representação e desenvolvimento do povo negro. Além do mais, como grande parte dos frequentadores e frequentadoras são oriundos(as) do movimento negro, o caráter de atuação política está constantemente presente nos encontros e discussões.

A aproximação da Reafro/RS com o movimento negro é vista como uma forma de fortalecimento conforme o entendimento do ENTREVISTADO 2. Para ele:

[...] é legal esse movimento da gente estar vinculado com clubes, com associações ou com movimentos. É interessante porque isso fortalece. Sempre fortalece e movimenta, seja na formação ou seja em um encontro, seja em uma fala ou em algum momento que está sendo convidado. Eu acho que é um momento de fortalecimento, ainda mais num momento político como o que a gente vive agora, onde a gente tem que ser bem cuidadoso na fala, bem cuidadoso na ação. Se não tinha incentivo antes, agora sim que não vai ter incentivo. A questão dos movimentos negros se unificarem é mais importante ainda. A Reafro surge então pra isso, pra fazer esse tipo de reforço. A gente não quer ligação direta, mas ao mesmo tempo somos parceiros, a gente não vincula e ao mesmo tempo a gente não afasta.

Por sua vez, a ENTREVISTADA 6, relatando já ter participado do movimento negro antes de adentrar na Reafro/RS, faz uma crítica à rede, defendendo a necessidade de uma maior atenção para as questões coletivas. A entrevistada expõe que suas experiências anteriores propiciaram um olhar diferenciado em relação aos negros e negras que muitas vezes não estão abertos a pensar de forma coletiva, ou que se aproveitam de uma situação do coletivo para benefícios individuais. Segundo ela, “essa é uma análise crítica que espero que seja construída, mas gosto e participo da Reafro/RS e tento sempre fazer parcerias por lá, sempre que possível, pois tem muita gente boa e maravilhosa que tem mais o pensamento de fortalecimento mútuo”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente aos conceitos explorados (empreendedorismo, afroempreendedorismo, identidade social, identidade afrodescendente e rede), o método de pesquisa qualitativo e interpretativo escolhido, a técnica de coleta de dados utilizada - entrevistas e pesquisa documental - e a análise desempenhada por meio da categorização das falas dos(as) entrevistados(as), neste capítulo foram abordados, de uma forma mais definitiva dentro deste trabalho, os objetivos intermediários traçados e o objetivo geral de analisar se as atividades empreendedoras realizadas por negros e negras na Reafro reforçam a identidade afrodescendente de seus(suas) associados(as). Além disso, foram indicados os possíveis estudos futuros diante das temáticas abordadas e dos resultados obtidos.

É importante expor aqui uma observação feita ao longo da pesquisa em relação ao termo identidade afrodescendente. Tal denominação inclui uma gama muito grande de pessoas, visto que remete à noção de tudo que descende da África, ou de africanos, incluindo brancos nascidos no referido continente, e indivíduos afrodescendentes que não carregam traços físicos da sua ancestralidade negra, por exemplo. Como o racismo no Brasil está muito ligado à questão do fenótipo, ou seja, da aparência dos indivíduos, é possível compreender que, para falar da questão do reforço da identidade de negros e negras, seria melhor trabalhar com o termo identidade negra do que com termo identidade afrodescendente.

Levando em conta os objetivos intermediários estabelecidos neste trabalho, têm-se como primeiro deles **levantar quais são as atividades empreendedoras propostas pela Reafro e Reafro/RS**. Sendo assim, por meio das falas dos(as) entrevistados(as) e dos documentos apreciados, foi possível concluir que as atividades empreendedoras desenvolvidas pela rede se baseiam nos seminários e workshops desenvolvidos com temáticas como: a abertura de uma empresa, a contabilidade de um negócio para além da questão dos impostos, e a importância da marca e dos demais itens de marketing que auxiliam na apresentação de um negócio.

Além disso, no que diz respeito especificamente à Reafro/RS, são promovidos eventos em parceria com o Sebrae/RS para a capacitação dos(as) afroempreendedores(as), principalmente sobre a formalização de empresas, elaboração de planos de negócios e de consultorias para aqueles que ainda não possuem CNPJ. Já com o apoio da UFRGS foi realizado um encontro onde os(as) afroempreendedores(as) puderam expor seus produtos e serviços. Outro ponto relevante com relação a estes encontros é a oportunidade de interação com outros(as) empreendedores(as) negros(as) que estão obtendo sucesso em seus negócios.

Estes relatam as dificuldades enfrentadas e o modo como foi possível driblá-las para serem reconhecidos(as) no mercado por sua marca.

É importante salientar que conforme os próprios entrevistados, as atividades da rede poderiam ser melhor estruturadas. Percebe-se que os eventos não possuem uma periodicidade fixa, dificultando a criação de um vínculo maior entre a rede e os(as) afroempreendedores(as) interessados. Esta situação passa diretamente pelo fato da Reafro/RS não possuir uma sede estabelecida. A inexistência deste espaço acarreta na falta de uma referência, de um ponto de encontro onde os(as) empreendedores(as) negros(as) possam compartilhar experiências, e realizar suas atividades.

Quanto ao segundo objetivo intermediário de **identificar os motivos que levaram os(as) empreendedores(as) a se associarem à Reafro/RS**, destaca-se a identificação imediata com a rede, por ser apenas de negros e negras empreendedores(as) e tratar sobre questões específicas destes(as) profissionais, como a dificuldade de acesso ao crédito (RODRIGUES, 2017) e o racismo institucional enraizado na sociedade, e por consequência no mundo dos negócios. Os(As) entrevistados(as) já tinham seus negócios e viram na rede a possibilidade de conhecer novos métodos para realizar suas atividades. Outro ponto importante que a rede auxilia é a questão da visibilidade, o que possibilita uma maior chance para estes(estas) afroempreendedores(as) alavancarem seus negócios.

O fato dos(as) associados(as) fazerem parte de movimentos negros e participarem de outros núcleos, como Centros de Cultura Negra, também influenciou na adesão destes à rede. Este processo se deu principalmente a partir do convite de indivíduos que também faziam parte desses espaços e estavam envolvidos na construção da Reafro/RS.

Com relação ao terceiro objetivo que é **identificar a presença do tema da identidade afrodescendente no material institucional e no discurso da Reafro**, observa-se que dentre os 11 objetivos propostos pela rede apenas quatro fazem referência a alguma forma de reforço da identidade afrodescendente, sendo eles: o 7, que visa a realização de ações de atividades que promovem a produção, comercialização e distribuição de produtos, serviços e demais bens de consumo de empreendedores(as) afro-brasileiros(as); o 8, que busca o desenvolvimento de projetos e parcerias de fomento econômico-financeiro aos(às) afroempreendedores(as) brasileiros(as); o 10, que propõe a construção de obras que disseminem as ideias e o conhecimento sobre o afroempreendedorismo; e por fim o 11, que sugere a promoção de culturais, desportivas, educativas e assistenciais para fortalecer e estimular o empreendedorismo afro-brasileiro. Os outros objetivos apresentados pela rede fazem referência a questões mais voltadas a temática do empreendedorismo de forma geral.

Por outro lado, dois dos 4 objetivos da Reafro/RS estão relacionados à temática da identidade afrodescendente. O objetivo 2 faz referência ao estímulo à cooperação e à participação solidária entre os(as) afroempreendedores(as); e o 4 propõe o desenvolvimento de projetos e parcerias de crédito e financiamento para empreendedores(as) afro-brasileiros(as) de micro e pequenas empresas. Visto isso, percebe-se que é menor o número de objetivos da Reafro/RS em relação a Reafro nacional, e que, proporcionalmente, questões que remetem à identidade afrodescendente estão mais presentes.

Apesar das falas estarem muitas vezes relacionadas à questão do negócio, percebe-se nos discursos da Reafro/RS - proferidos nos eventos realizados - que o tema da identidade afrodescendente é constantemente abordado. Levando em consideração a reunião de afroempreendedores, em sua maioria com experiência em movimentos negros, como é o caso da Reafro/RS, forma-se um ambiente propício ao debate das questões raciais e da afirmação da identidade negra, fomentando a consolidação destes micro e pequenos negócios que a comunidade negra vem desenvolvendo em todo país. Por outro lado, existem também falas no sentido de um certo afastamento da Reafro/RS nessas questões de identidade, como bem analisou a seção “Pô, é negócio!”.

No que tange o quarto e último objetivo intermediário deste trabalho, o qual visa **compreender a relação dos(as) associados(as) à Reafro/RS com o tema da identidade afrodescendente**, nota-se que esta relação faz parte da vida da maioria dos(as) associados(as) desde que eram crianças, no âmbito familiar e até mesmo na participação de grupos culturais negros. Sinaliza-se, portanto, que o conhecimento em práticas de reforço da identidade negra da maioria dos(as) associados(as) é anterior a entrada destes na rede. É importante ressaltar que as pessoas entrevistadas acreditam que a autoidentificação enquanto negros e negras, a partir das vivências e da busca sobre o real histórico dos negros no Brasil, lhes permite ter maior consciência e uma postura de combate perante as dificuldades enfrentadas diariamente, seja em uma entrevista de emprego ou pelo fato de estar em um lugar frequentado por uma maioria branca.

A experiência na militância em temáticas ligadas a questões da negritude permitiu que as pessoas ligadas à rede fizessem um discernimento entre a atuação da Reafro/RS e as práticas das organizações do movimento negro. Além disso, nota-se a construção, por parte dos(as) associados(as), de aspectos críticos em relação à rede no que tange à possibilidade de avanço por parte da Reafro em espaços negros, o que, por consequência, reforçaria esta questão da identidade afrodescendente.

Tendo em vista a ideia de Pinto e Ferreira (2014), na qual a identidade

afrodescendente resulta no engajamento de negros e negras em políticas com o objetivo de melhorar as suas condições dentro da sociedade, as informações levantadas e analisadas, e o objetivo central desta pesquisa de **analisar como as atividades empreendedoras propostas pela Reafro reforçam (ou não) a identidade afrodescendente de seus(suas) associados(as)**, tem-se que tanto a Reafro quanto a Reafro/RS por meio das atividades empreendedoras realizadas, auxiliam no reforço da identidade afrodescendente.

Isto ocorre pelo fato de ser uma rede voltada para empreendedores(as) negros(as), onde ocorrem eventos voltados para as especificidades deste grupo. Este fato fica evidente quando a Reafro busca preparar seus frequentadores para conseguirem a autorização de crédito, por exemplo, frente às dificuldades que os afroempreendedores encontram nesta questão (RODRIGUES, 2017).

Para além disso, a rede, assim como citado anteriormente, é feita por relações que a sustentam e a deixam firme (BALESTRIN; VARGAS, 2004). Desta forma, a Reafro cumpre um papel muito importante unindo afroempreendedores(as), fazendo com que estes(estas) aprendam uns(umas) com os(as) outros(outras). Além disso, também auxilia para que estes(as) se fortaleçam enquanto profissionais por meio da valorização dos serviços e/ou produtos oferecidos por estes a fim de fazer com que esta rede avance e atraia outros(as) negros(as) para fazerem parte desta. É importante reforçar aqui a constatação de que as experiências da maioria das pessoas que formam a rede em movimentos negros colaboram para que o debate das pautas ligadas à negritude esteja sendo feito de forma contínua.

Mesmo que fique evidente na fala dos(as) entrevistados(as), e até mesmo nos objetivos propostos pela Reafro e Reafro/RS, que a rede não se trata de um movimento negro, mas sim de um negócio, é inegável a sua contribuição para o reforço da identidade das negras e dos negros empreendedores que fazem parte deste processo. Através do auxílio ao desenvolvimento dos empreendimentos, a rede propicia a afirmação de pessoas negras em um campo de atuação que ainda é muito restrito para estas. A entrada e o protagonismo de negras e negros nos mais diversos espaços são uma das principais formas de reforço da identidade negra, e é perceptível o fato de que a capacidade destes indivíduos de gerir e desenvolver seus próprios negócios são um exemplo de empoderamento destes espaços.

Entretanto, ao mesmo tempo em que se percebe o reforço da identidade através das atividades propostas pela rede, temos por parte de um dos entrevistados uma fala que permite refletir sobre casos de racismo que os empreendedores(as) negros(as) estão sujeitos a passar. Desse modo, cabe salientar que, ao contrário do que diz um dos entrevistados, é inviável a construção da afirmação de negras e negros na prática de seus negócios ao mesmo tempo que

se “trafegue bem” por situações de racismo. O reforço da identidade negra passa exatamente pelo combate a situações que depreciam, humilham ou ofendem o povo negro de alguma forma.

À vista disso, propõem-se três contribuições à rede. A primeira delas vem no intuito de reforçar a importância de que a rede, através de suas atividades, unifique este discurso de intolerância e combate ao racismo no âmbito dos negócios e da prestação de serviços.

Uma segunda contribuição que pode ser observada por parte da rede é a busca do aumento da abrangência de suas atividades. A Reafro e a Reafro/RS ainda parecem estar muito restritas aos indivíduos oriundos de movimentos negros e de seus conhecidos que recebem convite para fazer parte da rede. Muitas negras e negros detentores de algum tipo de empreendimento nem possuem conhecimento da existência da rede. Seria importante um trabalho de divulgação e expansão da rede, inclusive, nos territórios negros, conforme citado na fala do ENTREVISTADO 7 anteriormente.

A terceira contribuição está ligada à falta de conteúdo disponibilizado nas plataformas de comunicação da Reafro e Reafro/RS, mais precisamente nos seus sítios eletrônicos. Seria interessante para a rede organizar seus documentos, facilitando o acesso daqueles que podem ser observados pelo grande público. Ademais, a melhora nas plataformas de comunicação propiciaria uma adequada visibilidade dos eventos e atividades propostos pela rede.

É importante destacar nesta obra que, ao contrário da visão de muitos, que só apontam o empreendedorismo como o desenvolvimento de negócios em grandes empresas geradoras de um alto grau de lucro, aqui se está falando de um empreendedorismo de necessidade. Reunindo micro e pequenas empresas, cooperativas, entre outros tipos de instituições, esta forma de empreender vem adquirindo cada vez mais adeptos, frente às necessidades sociais e econômicas de alguns grupos específicos, principalmente nos países periféricos, como é o caso dos negros no Brasil.

Considerando os dados apresentados sobre o aumento do número de afroempreendedores(as) no Brasil, com base na PNAD 2001 a 2014 do IBGE, que mostram o aumento de 43% para 51% de pretos(as) e pardos(as) empreendedores(as), enquanto o número de brancos diminuiu 8% (de 56% para 48%), tem-se como proposta de pesquisa futura entender quais foram os aspectos que influenciaram este aumento, pois podem ser decorrentes tanto de contextos sócio-econômicos favoráveis, quanto desfavoráveis a essa população. Seria importante observar também o fato de que, mesmo com o aumento do número de empreendedores(as) negros(as), a taxa de rejeição de crédito para estes(as) continua elevada.

Abordar estas questões de discriminação e opressão de forma crítica ainda parecem ser um tabu no mundo acadêmico.

Outra proposta de estudo está ligada a uma pesquisa empírica, visando compreender quais são as relações entre identidade negra (ou a falta de um processo de identificação) e o racismo. Ou seja, é importante observar como o estímulo à negação da identidade negra, traduzido em aspectos como a falta de representatividade, e a existência de um padrão ideal de beleza, contribui para a manutenção do racismo na sociedade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alex Sandro Macedo. **DESENVOLVIMENTO E EMPREENDEDORISMO AFRO-BRASILEIRO. Desafios históricos e perspectivas para o século 21.** Editora Ailende. São Paulo/SP. 2013. Disponível em: <<https://issuu.com/revistasustentabrasil/docs/miololivrotodo2>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

AQUINO, Mirian de Albuquerque; SILVA JÚNIOR, Jobson Francisco. **A INFORMAÇÃO NO FUNK: construindo a identidade afrodescendente.** Biblionline, João Pessoa, v. 8, n. esp., p. 250-262, 2012. Disponível em: <periodicos.ufpb.br/index.php/biblio/article/download/14212/8121>. Acesso em 05 de outubro de 2016.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições.** 2014. Disponível: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/download/612/522>>. Acesso em 05 de setembro de 2016.

BALESTRIN, Alsones; VARGAS, Lilia Maria. **A dimensão estratégica das redes horizontais de PMEs: teorizações e evidências.** Revista de Administração Contemporânea, Edição Especial, v. 8 p. 203-227, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v8nspe/v8nespa11.pdf>>. Acesso em 25 de maio de 2017.

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato. **Fatores Relevantes para o Estabelecimento de Redes de Cooperação entre Empresas do Rio Grande do Sul.** RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 1043-1069, Out./Dez. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/08.pdf>>. Acesso em 25 de maio de 2017.

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato; Junior, Edgar Reyes. **O Campo de Estudo sobre Redes de Cooperação Interorganizacional no Brasil.** RAC, Curitiba, v. 14, n. 3, art. 4, pp. 458-477, Mai./Jun., 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n3/v14n3a05.pdf>>. Acesso em 25 de maio de 2017.

BARRETO, Luiz. **DESENVOLVIMENTO E EMPREENDEDORISMO AFRO-BRASILEIRO. Desafios históricos e perspectivas para o século 21.** Editora Ailende. São Paulo/SP. 2013. Disponível em: <<https://issuu.com/revistasustentabrazil/docs/miololivrotodo2>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

BRASIL. **Portal Brasil. Censo 2010 mostra as características da população brasileira.** 2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/educacao/2012/07/censo-2010-mostra-as-diferencas-entre-caracteristicas-gerais-da-populacao-brasileira>>. Acesso em 15 de maio de 2017.

CANCIAN, Renato. **Abolição da escravatura: Brasil demorou a acabar com o trabalho escravo.** Uol. História do Brasil. 2006. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia-brasil/abolicao-da-escravatura-brasil-demorou-a-acabar-com-o-trabalho-escravo.htm>>. Acesso em 03 de setembro de 2016.

CANDIDO, Vanessa Edna do Carmo; XAVIER, Elisabete Macedo Rocha; MOURA, Maria Célia Menezes; SANTOS, Fernanda de Santana. **Escravidão negra em São Paulo e no Brasil.** Disponível em: <<https://historiadesaopaulo.wordpress.com/escravidao-negra-em-sao-paulo-e-no-brasil/>>. Acesso em 03 de setembro de 2016.

CONCEIÇÃO, Eliane Barbosa da. **A Negação da Raça nos Estudos Organizacionais.** XXXIII EnANPAD. São Paulo/SP. Setembro de 2009. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1426.pdf>>. Acesso em 25 de maio de 2017.

CONCEIÇÃO, Helenise da Cruz; CONCEIÇÃO, Antônio Carlos Lima da. **A construção da identidade afrodescendente.** Revista África e Africanidades, Rio de Janeiro, ano 2, n. 8, fev. 2010. Disponível em: <http://www.africaeaficanidades.com/documentos/Construcao_identidade_afrodescendente.pdf>. Acesso em 29 de setembro de 2016.

COUTINHO, Maria Chalfin; KRAWULSKI, Edite; SOARES, Dulce Helena Penna. **IDENTIDADE E TRABALHO NA CONTEMPORANEIDADE: REPENSANDO**

ARTICULAÇÕES POSSÍVEIS. *Psicologia & Sociedade*; 19, Edição Especial 1: 29-37, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v19nspe/v19nspea06.pdf>>. Acesso em 29 de setembro de 2016.

CUCHE, Denys. **Cultura e Identidade.** In: *A noção da Cultura nas ciências sociais.* Bauru: Edusc, 2002b. p. 175-202.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 4.ed, p.8-45, 2012.

FERREIRA, Ricardo Franklin, CAMARGO, Amilton Carlos. **As Relações Cotidianas e a Construção da Identidade Negra.** Universidade Federal do Maranhão. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 2011, 31 (2), 374-389. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pcp/v31n2/v31n2a13.pdf>>. Acesso em 5 de novembro de 2016.

_____. **A naturalização do preconceito na formação da identidade do afro-descendente.** *EccoS Revista Científica*, vol. 3, núm. 1, junho, 2001, pp. 75-92. Universidade Nove de Julho. São Paulo, Brasil. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71530106>>. Acesso em 10 de maio de 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. Atlas. São Paulo/SP. 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais.** 8ª ed. - Rio de Janeiro: Record, 2004.

INSTITUTO ADOLPHO BAUER. **Projeto Brasil Afroempreendedor.** Disponível em: <<http://www.institutoiab.org.br/projeto-brasil-afroempreendedor/>>. Acesso em 05 de setembro de 2016.

_____. **A REAFRO agora está disponível para todos.** 2017. Disponível em: <<http://www.institutoiab.org.br/a-reafro-agora-esta-disponivel-para-todos/>>. Acesso em 28 de maio de 2017.

JOSEMIN, Gilberto Clóvis. **Entendimento Interpretativo em Pesquisa Qualitativa sobre**

Sistemas de Informação. XXXV EnANPAD. Rio de Janeiro/RJ. Setembro de 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ADI1539.pdf>>. Acesso em 04 de abril de 2017.

LEAL, Luciana Nunes. **IBGE aponta aumento de brasileiros que se declaram pardos ou pretos.** ESTADÃO, 2011. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,ibge-aponta-aumento-de-brasileiros-que-se-declaram-pardos-ou-pretos,748620>>. Acesso em 25 de maio de 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

MARION, Karina. **Gestão de redes públicas de cooperação.** Administradores. 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/gestao-de-redes-publicas-de-cooperacao/49538/>>. Acesso em 25 de maio de 2017.

MARQUES, Luana. **BID: Negros são maioria no empreendedorismo, mas não colhem louros de serem o próprio patrão.** Vozes. HuffPost. 2017. Disponível em: <http://www.huffpostbrasil.com/2017/05/13/barrados-nos-bancos-sem-empregados-negros-sao-maioria-no-empre_a_22082054/>. Acesso em 14 de maio de 2017.

MELLO, Cristiane Marques de; MACHADO, Hilka Vier; JESUS, Marcos Junio Ferreira de. **CONSIDERAÇÕES SOBRE A INOVAÇÃO EM PMES: O PAPEL DAS REDES E DO EMPREENDEDOR.** Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 3, n.1, p. 41-57, jan./abr. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/2236>>. Acesso em 25 maio de 2017.

MENEGON, Letícia Fatinato. Contratos psicológicos como fatores influenciadores dos índices de rotatividade voluntária em empresas de consultoria. Dissertação de Mestrado. Administração. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-13042009-152811/pt-br.php>>. Acesso em 14 de março de 2017.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade.** 18 ed.

Petrópolis: Vozes, 2001.

MONTEIRO, Jorge Aparecido. **DESENVOLVIMENTO E EMPREENDEDORISMO AFRO-BRASILEIRO. Desafios históricos e perspectivas para o século 21.** Editora Ailende. São Paulo/SP. 2013. Disponível em: <<https://issuu.com/revistasustentabrasil/docs/miololivrotodo2>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

MUHAMMAD, Haykal Aby. **A chegada dos Povos Africanos no Brasil.** Projeto Nova África. Disponível em: <<http://projetonovaafrica.blogspot.com.br/2015/08/a-chegada-dos-povos-africanos-no-brasil.html>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades.** Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 1, n. 3, 1996. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>>. Acesso em 4 de abril de 2017.

NOGUEIRA, João Carlos; MICK, Jacques. **Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro. Projeto Brasil Afroempreendedor.** São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://issuu.com/revistasustentabrasil/docs/miololivrotodo2>> Acesso em 05 de outubro de 2016.

OLAVE, Maria Elena León; AMATO NETO, João. **Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas.** *Gest. Prod.* [online]. 2001, vol.8, n.3, pp.289-318. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-530X2001000300006&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em 25 de maio de 2017.

OLIVEIRA, Josiane Silva; PEREIRA, Jaiane Aparecida; SOUZA, Márcia Cristina David de. **Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008.** Contextus. Revista Contemporânea de Economia e Gestão. Vol. 11 – Nº 2 – jul/dez 2013.

OSORIO, Rafael Guerreiro. **O sistema classificatório de cor ou raça do IBGE.** 2003.

Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/10/quesito-cor-IBGE.pdf>> . Acesso em 05 de maio de 2017.

PASSOS, Elizete Silva. **Palcos e platéias: as representações de gênero na faculdade de educação**. Salvador: UFBA, p. 98, 1999. In: CONCEIÇÃO, Helenise da Cruz; CONCEIÇÃO, Antônio Carlos Lima da. A construção da identidade afrodescendente. Revista África e Africanidades, Rio de Janeiro, ano 2, n. 8, fev. 2010. Disponível em: <http://www.africaeaficanidades.com/documentos/Constru%C3%A7%C3%A3o_identidade_afrodescendente.%20.pdf> . Acesso em: 31 de agosto de 2016.

PINTO, Márcia Cristina Costa; FERREIRA, Ricardo Franklin. **Relações Raciais No Brasil E A Construção Da Identidade Da Pessoa Negra**. Pesquisas e Práticas Psicossociais – PPP – 9(2), São João del-Rei, julho/dezembro/2014.

REVISTA DO PROJETO BRASIL AFROEMPREENDEDOR. **Brasil Afroempreendedor**. 2016. Disponível em: <<http://www.institutoiab.org.br/revista-brasil-afroempreendedor/>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

RIBEIRO, Djamila. **O perfil do empreendedor negro no Brasil**. Carta Capital. Sociedade. 2015. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-perfil-do-empendedor-negro-no-brasil>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

RIBEIRO, Matilde. **DESENVOLVIMENTO E EMPREENDEDORISMO AFRO-BRASILEIRO. Desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Editora Ailende. São Paulo/SP. 2013. Disponível em: <<https://issuu.com/revistasustentabrasil/docs/miololivrotodo2>>. Acesso em 31 de agosto de 2016.

RODRIGUES, Márcia. **Empreendedor negro tem crédito negado 3 vezes mais do que branco no Brasil**. UOL economia. Empreendedorismo. 2017. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2017/05/22/empreendedor-negro-tem-credito-negado-3-vezes-mais-do-que-branco-no-brasil.htm>>. Acesso em 22 de maio de 2017.

SANTOS, Cleito Pereira dos. **A Questão Racial Analisada por Florestan Fernandes. Reflexões e Rupturas.** 2007. Disponível em: <<http://reflexoes-rupturas.blogspot.com.br/2007/12/questo-racial-analisada-por-florestan.html>>. Acesso em 25 de agosto de 2016.

SEBRAE. **Os Donos de Negócio no Brasil: análise por raça/cor (2001 a 2014).** 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/806a5f8579ff4fa4a69a6f91fbaecf7c/\\$File/7480.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/806a5f8579ff4fa4a69a6f91fbaecf7c/$File/7480.pdf)>. Acesso em 20 de abril de 2017.

SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000 p. 73-102. Disponível em: <http://www.lite.fe.unicamp.br/papet/2003/ep403/a_producao_social_da.htm>. Acesso em 10 de outubro de 2016.

SILVEIRA, Oliveira. **O Negro no Rio Grande do Sul.** Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. Porto Alegre. 2005.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se negro: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social.** Rio de Janeiro: Edições Graal, ed. 2ª, 1990. Coleção Tendências; v.4. Disponível em: <<https://escrivencia.files.wordpress.com/2015/02/tornar-se-negro-neusa-santos-souza.pdf>>. Acesso em 11 de novembro de 2016.

SOUZA, Rainer Gonçalves. **Escravidão no Brasil.** Brasil Escola. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/historiab/escravidao-no-brasil.htm>>. Acesso em 05 de setembro de 2016.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. **Empreendedores Coletivos em Redes Organizacionais- Novos Agentes Gerando um Padrão Diferenciado de Competitividade.** 2004. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2004-ece-0360.pdf>>. Acesso em 21 de maio de 2017.

VERARDI, Luciana Simor. **Empreendedorismo – Revistando Conceitos e Contextos.**

Porto Alegre: UFRGS, 2012. 23 f. Monografia (Especialização em Psicologia) – Curso de Especialização em Psicologia – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/40107/000825983.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

VILLAVERDE, Adão. **Afroempreendedorismo, um projeto revolucionário**. 2014. Disponível em: <<http://ww1.al.rs.gov.br/adaovillaverde/Imprensa/DetalhesdoArtigo/tabid/1454/IdMateria/292610/Default.aspx>>. Acesso em 10 de outubro de 2016.

ZARPELLON, S. C. **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional**. Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía, 1(1), pp. 47-55, 2010.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista com os(as) coordenadores(as) Reafro/RS

1. Fale um pouco sobre a criação do núcleo da Reafro no Rio Grande do Sul. Histórico, motivação.
2. Nas suas palavras, qual(uais) é(são) o(s) propósito(s) principal(is) da Reafro e, mais particularmente, da Reafro/RS.
3. Aponte e fale sobre as atividades empreendedoras propostas pela Reafro/RS.
4. De que maneira você entende que as atividades empreendedoras atuam no(s) propósito(s) principal(is) da Reafro/RS.
5. O que você entende por identidade afrodescendente?
6. Você entende que a Reafro/RS aborda o tema da identidade afrodescendente em suas atividades (empreendedoras) e que este tema aparece em suas diversas formas de discurso (encontros, textos, etc.)?
7. Há algum tipo de articulação da Reafro/RS com entidades do movimento negro?
Fale sobre.

APÊNDICE B - Roteiro de entrevista com os(as) associados(as) Reafro/RS

1. Fale um pouco do contexto que o(a) levou a se associar a Reafro/RS e como foi o processo de associação.
2. Você já se autodeclarava negro antes de se associar à Reafro/RS? Fale um pouco desse processo de autodeclaração (ou não) e da possível participação da Reafro/RS nesse processo.
3. O que você entende por identidade afrodescendente (ou identidade negra)? E de que maneira você se relaciona com esta identidade?
4. Você percebe haver nas atividades propostas e no discurso (encontros, material textual, página da internet) da Reafro/RS uma preocupação com a questão da identidade afrodescendente?
5. Você acha que a Reafro/RS poderia desenvolver outras atividades que abordem melhor a questão da identidade afrodescendente? Caso sim, quais?
6. Você participa de algum movimento negro? Qual movimento é este?
7. Caso a resposta 6 for positiva: A inserção nesse movimento negro foi antes ou depois da Reafro/RS? A busca de um influenciou na busca do outro?