



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO-PPG
ÓRGÃO DE EDUCAÇÃO E RELAÇÕES ÉTNICAS COM ÊNFASE EM
CULTURAS AFRO-BRASILEIRAS
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES ÉTNICAS E CONTEMPORANEIDADE-
PPG REC**

LUANA SILVA FRANÇA

**MULHERES NEGRAS E AFROEMPREENDEDORISMO: POTÊNCIAS
AFROFEMINISTAS MOBILIZADORAS CONQUISTENSES.**

JEQUIÉ/BAHIA
2022

LUANA SILVA FRANÇA

**MULHERES NEGRAS E AFROEMPREENDEDORISMO: POTÊNCIAS
AFROFEMINISTAS MOBILIZADORAS CONQUISTENSES.**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnicas e Contemporaneidade, como requisito para obtenção do título de Mestre em Relações Étnicas e Contemporaneidade.

Linha de Pesquisa 2: **Etnia, Gênero e Diversidade Sexual**

Orientadora: Profa. Dra. Ana Cláudia Lemos Pacheco

F815m França, Luana Silva.

Mulheres negras e afroempreendedorismo: potências afrofeministas mobilizadoras conquistenses / Luana Silva França.- Jequié, 2022. 108f.

(Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnicas e Contemporaneidade da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB, sob orientação do Profa. Dra. Ana Cláudia Lemos Pacheco)

1.Mulheres negras 2. Empreendedorismo negro 3. Afroempreendedorismo 4. Interseccionalidades 5. Ciberfeminismo-afrofeminismos I. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia II. Título

CDD – 305.4

LUANA SILVA FRANÇA

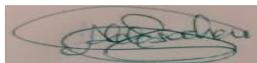
**MULHERES NEGRAS E AFROEMPREENDEDORISMO: POTÊNCIAS
AFRO-FEMINISTAS MOBILIZADORAS CONQUISTENSE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnicas e Contemporaneidade, como requisito para obtenção do título de Mestre em Relações Étnicas e Contemporaneidade

Linha de Pesquisa 2: **Etnias, Gênero e Diversidade Sexual**

Aprovado em: 06 de junho de 2022.

BANCA EXAMINADORA



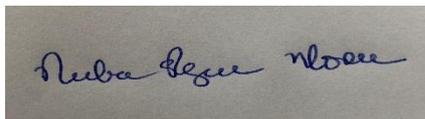
Profa. Dra. Ana Cláudia Lemos Pacheco (UNEB)

Presidente da Banca/Orientadora



Profa. Dra. Cecilia Conceição Moreira Soares(UNEB)

Examinadora Externa



Profa. Dra. Nubia Regina Moreira (UESB)

Examinadora Externa

JEQUIÉ

2022

Dedico essa Dissertação a Oxaguiã, que sempre se manifestou em minha vida, desde a minha inserção ao programa de mestrado. A todas as mulheres negras da minha família, sobretudo, Maria Zeferino, minha mãe, e às minhas avós, Clemência e Júlia, que, muitas vezes, tiveram que se anular para que esse momento fosse possível.

Dedicatória

AGRADECIMENTOS

A minha travessia no mestrado se configura como uma conquista familiar que envolveu aquelas estiveram empenhadas para que eu pudesse romper com alguns ciclos, fazendo com que me tornasse a primeira do núcleo familiar a ingressar na graduação e agora, também, na pós-graduação.

A escrita desses agradecimentos representa, nesse sentido, um momento muito especial, um momento de mistura de sentimentos e choro. Diversas lembranças começam a surgir, me permitindo refletir sobre todo esse processo e sobre todas as pessoas que me apoiaram, que seguraram a minha mão e acreditaram na minha capacidade. Porém, também, é inevitável não lembrar das palavras dolorosas, das indiferenças e descrenças por parte de algumas pessoas.

Por isso potencializo o meu sentimento de gratidão a todas, todos e todes que abriram os caminhos para que esse momento fosse possível, e àqueles que estiveram comigo durante essa jornada.

Laroyê!

Agradeço, primeiramente, às ancestralidades que atravessaram os meus caminhos durante esse percurso. A Oxaguiã, pela vida e por ter implantado o desejo de ingressar ao mestrado, por me acalmar em momentos de desesperos e medos.

À minha mãe Oxum, por me fazer olhar para dentro, quando eu não mais acreditava em minha potencialidade, me mostrando que ninguém segura água.

A Ogum pela força e a Iansã por ter sido ventania em momentos que não conseguia enxergar;

À minha mãe, Maria, por ter me gerado em seu ventre e ter me apresentado ao mundo. Por ter se anulado em vários momentos para que eu pudesse alcançar esse espaço.

Ao meu pai, Manuel por todo afeto e paciência.

Às minhas avós Clemência e Júlia, que representam o amor encarnado em minha vida.

À minha orientadora Dr.^a Ana Claudia Lemos Pacheco, por ter me acolhido e aceitado encarar essa jornada acadêmica junto comigo. Principalmente, por ser uma intelectual engajada e comprometida com o fazer científico. Gratidão pelas reflexões e correções cirúrgicas.

Agradeço, também, às intelectuais as quais tive o privilégio de ter em minha banca de qualificação e defesa, apresentando e discutindo as diferentes etapas do desenvolvimento da pesquisa: Prof^a Dr^a Cecilia Moreira Soares e a Prof^a Dr^a. Núbia Regina Moreira.

As professoras e professores do PPGREC-UESB, sou imensamente grata pelos conhecimentos compartilhados. De modo especial, agradeço ao coordenador Prof. Drº. Marcos Lopes e ao secretário Jacson Bomfim por toda atenção, cuidado e assistência.

O meu agradecimento a Martha Nogueira, por ter sido uma amiga incrível e por compartilhar comigo vários materiais durante esse percurso.

Agradeço a Luciene Reis e Nilma Crusoé pelas trocas importantes para o desenvolvimento da pesquisa;

Aos meus irmãos, Jeronimo França e Giliarde França. À minha irmã, Fernanda França, por ser inspiração.

Aos meus sobrinhos David, Gustavo e Maria Liz, que diariamente me desafiam a ser uma pessoa melhor.

Às minhas amigas que sempre estiveram me incentivando e que foram pacientes com meus sumiços: Maicelma Maia, Rivia Santos, Bruna, Cristiane Siqueira, Vanessa Lopes, Lucas Ramos, Alessandra, Carla Alexandra, Luana Duque, Mayala, Hortência e Érica.

Aos meus colegas que estiveram comigo durante essa jornada. Agradeço de modo muito especial às minhas irmãs afro-diaspóricas Dionária Santos e Lucilene Gomes. Aquilombar foi muito importante para que eu pudesse resistir ao mestrado em períodos tão difíceis, que compartilharam alegrias, angústias, medos e muito conhecimento.

Ao grupo de pesquisa CANDACES da UNEB e Oju Obinrin - Observatório de Mulheres Negras da UESB, por terem me acolhido em momentos desafiadores, e por proporcionarem grandes reflexões sobre ser mulher negra e sobre o fazer de outras pesquisadoras negras.

Esta pesquisa foi realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Muito obrigada a todas, todas e todes!

Eu adoro a minha pele negra, e o meu cabelo rústico. Eu até acho o cabelo de negro mais educado do que o cabelo de branco. Porque o cabelo de preto onde põe, fica. É obediente. E o cabelo de branco, é só dar um movimento na cabeça ele já sai do lugar. É indisciplinado. Se é que existem reencarnações, eu quero voltar sempre preta.

Carolina Maria de Jesus

Epígrafe

RESUMO

A pesquisa que fundamenta a presente dissertação tem o objetivo de compreender como o fenômeno denominado “empreendedorismo negro” e/ou “afroempreendedorismo” se constitui como estratégias de sobrevivência e de autodefinição das mulheres negras, no contexto atual na cidade de Vitória da Conquista, localizada no sudoeste baiano. A produção bibliográfica utilizada e a realização das nossas pesquisas sobre o referido fenômeno, permite-nos tecer a hipótese de que há um segmento de empreendedoras negras, que empreendem por necessidade, devido às condições de vulnerabilidade sociais e históricas as quais as mulheres negras vêm sendo acometidas como resultante dos efeitos do racismo e do sexismo estruturais. Os objetivos específicos da pesquisa consistem em: a) Investigar em que medida a prática do empreendedorismo representa uma resistência social, econômica e cultural das mulheres pesquisadas, diante da diversidade e desigualdades sociais existentes na cidade de Vitória da Conquista; b) Analisar como se dá a interseccionalidade das assimetrias de classe, etnia/raça, gênero e sexualidade no campo comercial, em Vitória da Conquista; c) Identificar e analisar as estratégias de autodefinição dessas mulheres como potências mobilizadoras conquistenses no campo denominado empreendedorismo negro. Do ponto de vista metodológico, (i) fizemos uso da técnica de análise de conteúdo, na perspectiva de Bardin (1979), para verificar os discursos nas plataformas digitais de mulheres negras empreendedoras, disponíveis nos canais do *Youtube* e do *Instagram* na internet. Dessa forma, privilegamos a coleta de informações produzidas por um grupo de cinco mulheres negras empreendedoras selecionadas dentro dos critérios gerais estabelecidos na pesquisa, explorando os conteúdos expressos em textos, imagens e outros materiais digitais visuais produzidos pelas próprias mulheres ou sobre as mulheres negras acerca do tema, em questão; (ii) em seguida, fizemos levantamentos bibliográficos da literatura ancorada nas epistemologias negras feministas e decoloniais sobre o tema do empreendedorismo e do ciberfeminismo, colaborando para um maior aprofundamento do estado da arte sobre o fenômeno estudado, a partir de uma análise qualitativa das fontes documentais utilizadas; (iii) e por fim, após análise dos conteúdos e da literatura comentada, chegamos à conclusão da nossa pesquisa, cujo resultado apontou que os discursos sobre o empreendedorismo produzidos pelas mulheres negras e /ou sobre mulheres negras nas plataformas digitais do *Instagram* e do *Youtube* representam enfrentamentos às vulnerabilidades socioeconômicas e culturais sobre o “ato de empreender”, contrariando a lógica reprodutiva do racismo e do sexismo estruturais, na sociedade conquistense.

Palavras chaves: Mulheres negras; empreendedorismo negro, afroempreendedorismo; interseccionalidades; ciberfeminismo- afrofeminismos

ABSTRACT

The research that underlies the present dissertation aims to understand how the phenomenon called “black entrepreneurship” and/or “afro-entrepreneurship” is constituted as survival strategies and self-definition of black women, in the current context in the city of Vitória da Conquista, located in southwest Bahia. The bibliographic production used and the realization of our research on this phenomenon, allow us to hypothesize that there is a segment of black women entrepreneurs, who undertake out of necessity, due to the social and historical vulnerability conditions that black women have been experiencing, affected as a result of the effects of structural racism and sexism. The specific objectives of the research consist of: a) Investigating the extent to which the practice of entrepreneurship represents a social, economic and cultural resistance of the researched women, given the diversity and social inequalities existing in the city of Vitória da Conquista; b) To analyze how the intersectionality of the asymmetries of class, ethnicity/race, gender and sexuality occurs in the commercial field, in Vitória da Conquista; c) Identify and analyze the self-definition strategies of these women as mobilizing powers in the field called black entrepreneurship. From a methodological point of view, (i) we used the content analysis technique, from the perspective of Bardin (1979), to verify the discourses on digital platforms of black women entrepreneurs, available on Youtube and Instagram channels on the internet. In this way, we privileged the collection of information produced by a group of five black women entrepreneurs selected within the general criteria established in the research, exploring the contents expressed in texts, images and other visual digital materials produced by the women themselves or about black women about the theme, in question; (ii) then, we carried out bibliographic surveys of the literature anchored in black feminist and decolonial epistemologies on the subject of entrepreneurship and cyberfeminism, contributing to a greater deepening of the state of the art on the phenomenon studied, from a qualitative analysis of documentary sources used; (iii) and finally, after analyzing the contents and the commented literature, we reached the conclusion of our research, whose result showed that the discourses on entrepreneurship produced by black women and/or about black women on the digital platforms of Instagram and Youtube they represent confrontations with socioeconomic and cultural vulnerabilities on the “act of entrepreneurship”, contradicting the reproductive logic of structural racism and sexism in Conquista society.

Keywords: black women; black entrepreneurship, afro-entrepreneurship; intersectionalities; cyberfeminism - afrofeminisms

LISTA DE QUADROS E IMAGENS

Imagem 1: Botões de reações rápidas do Instagram	30
Imagem 2: Luiza Rodrigues	36
Imagem 3: Lila Barretos	37
Imagem 4: Vanessa Lopes	38
Imagem 5: Bruna Larissa	39
Imagem 6: Maiza Ribeiro	40
Imagem 7: Participantes do evento do Encrespa Conquista	52
Imagem 8: Perfil da loja e salão da Terapia dos Cachos	84
Imagem 9: Linha Terapia dos Cachos	87
Imagem 10: Maiza e Maiara	88
Imagem 11: Colaboradora do Salão Terapia dos Cachos	89

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CDL – Câmara dos Dirigentes Lojistas de Vitória da Conquista

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

COVID-19 – Coronavírus Disease 2019

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

SUMÁRIO

CAPITULO-I- INTRODUÇÃO: AMEFRICANIDADE: PERCURSOS E RESISTÊNCIAS NA TESSITURA DE UMA OUTRA NARRATIVA.....	14
1.1 Bordando uma dissertação: percurso investigativo do afroempreendedorismo desenvolvido por mulheres negras em Vitória da Conquista-BA	24
1.2 Critérios de seleção da pesquisa em ambientes digitais- discursos e sujeitas dos discursos.....	32
1.3 Quem são elas – Youtubers? Influenciadoras digitais? Ou afroempreendedoras?	34
CAPÍTULO - 2: ENTRE AS RUAS E O CIBERESPAÇO: ITINERÁRIO AFRO-FEMINISTA NA CIDADE DE VITÓRIA DA CONQUISTA-BA	41
2.1 Encenando uma cidade negra: ativismo e afroempreendedorismo em Vitória da Conquista	44
CAPÍTULO-3. RACISMO E SEXISMO: O FEED DA REALIDADE EMPREENDEDORA DE MULHERES NEGRAS	57
3.1 Empreendedorismo segregador: “Como tudo começou”, jornada empreendedora de mulheres negras em Vitória da Conquista-Ba	57
3.2 Empreendedoras negras e/ou Afroempreendedoras – mulheres negras se autodefinem ..	62
3.3 Mulheres negras e potências mobilizadoras afro-feministas empreendedoras	71
CAPÍTULO 4 -EMPREENDEDORISMO E CIBERATIVISMO DESENVOLVIDOS POR MULHERES NEGRAS EM VITÓRIA DA CONQUISTA-BA	90
4.1 Entre curtidas e compartilhamentos: A celebração do afroempreendedorismo de mulheres negras como conector de sociabilidade	90
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS: QUEM PAGA PELA “VOZ”? SE EU FALAR VOCÊ ME ESCUTA? CIBERATIVISMO E CIBERFEMINISMO COMO CAMPOS DE ANÁLISES	94
REFERÊNCIAS	98
ANEXOS 01.....	107

1. INTRODUÇÃO: AMEFRICANIDADE: PERCURSOS E RESISTÊNCIAS NA TESSITURA DE UMA OUTRA NARRATIVA

Amefricanidade [...] reconhecê-la é, em última instância, reconhecer um gigantesco trabalho de dinâmica cultural que não nos leva para o lado do atlântico, mas que nos traz de lá e nos transforma no que somos hoje: amefricanos (GONZALEZ, 1988b, p. 79).

Era março de 2020, quando ingressei no mestrado do Programa de Pós-graduação em Relações Étnicas e Contemporaneidade (PPGREC). No Brasil, as angústias, os medos e as inseguranças pairavam sobre os horizontes e os semblantes da população brasileira. Sim! Estávamos em guerra, uma guerra em que os inimigos eram desconhecidos e invisíveis. Parecia surreal, mas a guerra havia sido decretada.

Coincidentemente, no dia 17 de março de 2020, quando estava me organizando para, no dia seguinte, iniciar o processo de mudança para a cidade de Jequié, onde iria iniciar as aulas presenciais, recebi um e-mail do PPGREC me informando a suspensão das atividades, período que fomos atravessados pela pandemia global do coronavírus, que exigia de toda população brasileira total isolamento.

Na primeira semana de agosto, iniciamos as aulas das disciplinas obrigatórias. O distanciamento permanecia, mas o sentimento de solidão foi amenizado com as aulas remotas. Assim, por meio de uma telinha, pude conhecer e trocar alguns olhares afetivos com alguns colegas que, também, estavam angustiados, com medo e sofrendo a dor do luto.

Tudo era muito novo, não sabíamos como proceder com esse novo normal, com todas as atividades possíveis sendo realizadas no ambiente doméstico. Acredito que, para a maioria das/os pesquisadoras/es, direcionar os olhares para as nossas pesquisas em um contexto da pandemia da Covid-19, no qual o número de óbitos¹, no Brasil, ultrapassou 606,679, somado à conjuntura política do país, foi um tanto desesperador, não foi uma missão fácil. Olhar e sentir a dor de alguns colegas só me fazia lembrar uma música:

*Ninguém solta a mão de ninguém
Eu sei que a noite será escura
Um longo caminho, de dor e procura
Mas não podemos nos perder²*

¹Levantamento apresentado pelas secretarias estaduais de saúde atualizado no dia 27/10/2021. Pode ser visto em <https://covid.saude.gov.br/aceso> em 27/10/2021.

²FARACO, Marcio. Mão na mão. Youtube, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=og0bqqMPFFw>. Acesso em: 24 de abril de 2022.

Como feministas negras, aprendemos com as intelectuais negras a importância de nos situar nas nossas pesquisas. Dessa forma, ler e escrever como se nada estivesse acontecendo, tem sido desafiador e, muitas vezes, as nossas fragilidades humanas gritaram e choraram. Entretanto, Lélia Gonzalez (1988b), ao gestar a categoria política-cultural da amefricanidade, nos apresenta, no contexto brasileiro, o pensamento de mulheres negras que surge a partir das práticas, saberes e experiências vivenciadas à luz das suas resistências cotidianas. Essa compreensão, apresentada por Gonzalez (1988b), se trata de um novo olhar ousado e destemido, que percebe os valores e os princípios de diferentes povos na construção sociocultural na diáspora negra.

As reflexões acerca da formação histórico-cultural do Brasil, traçadas pela autora, citada acima, contribuíram para novas epistemologias e projetos civilizatórios, ao passo que evidenciam as contribuições concretas das mulheres negras e homens negros, na América e no Caribe. Ao apontar a categoria da amefricanidade, Gonzalez ressignifica, sobretudo, a trajetória de mulheres negras e indígenas, na busca pela autodefinição que o colonialismo europeu, insistentemente, tentou apagar e silenciar.

Nesse sentido, Gonzalez sugere uma nova maneira de se fazer ciência, a partir dos olhares da América, o que significa deslocar as narrativas para as estratégias de resistências de mulheres e homens negros, desde a sua chegada na diáspora africana.

No contexto das reflexões gestadas, a partir de Lélia Gonzalez, percebemos como raça e racismo operam de forma estruturante na classificação e na hierarquização dos corpos. Trata-se, principalmente, da definição do racismo visto como uma neurose cultural, que estaria impregnado no imaginário da cultura racista e sexista da sociedade brasileira; bem como a autora deixa transparecer em sua definição do racismo por denegação. Isso nos sugere a importância de produzir conhecimento a partir da margem da *América* e da resistência das/os *amefricanas/os*.³

Como amefricana, nascida e criada na região do sudoeste baiano, filha e neta de empregadas domésticas, cujas redes de socialização me propiciaram chegar nesse espaço acadêmico, considero esse momento oportuno para apresentar, a partir do pensamento de Lélia Gonzalez, o que nos inquieta e o que nos atravessa para bordar essa dissertação.

O interesse pelas discussões sobre mulheres negras antecede o meu ingresso ao mestrado, e se condensa em um esforço que venho realizando a partir das inquietações de me perceber como mulher negra, visto que marcadores de gênero, raça e classe influenciam de

³Segundo Gonzalez (1988b) o racismo se apresenta duas faces que visam os mesmos objetivos: opressão e exploração, o que a autora sugere como racismo aberto e racismo disfarçado.

forma substancial a minha construção como pesquisadora. O presente estudo foi gestado no curso de especialização em História Política, Cultura e Sociedade, sob a orientação da Profa. Dra. Núbia Regina Moreira, e construímos um projeto de pesquisa com o objetivo de compreender as estratégias utilizadas pelas mulheres negras na cidade de Vitória da Conquista - BA, para permanecerem e sobreviverem por meio do comércio.

Experenciarmos, ler, refletir sobre ser mulher negra durante a graduação e especialização me inquietou. Isso despertou em mim um olhar crítico no que se refere aos lugares e os não lugares ocupados pelas mulheres negras. Nesse sentido, as inquietações estavam atreladas às ausências das intelectuais negras nas referências indicadas durante essas travessias. Entretanto, através das poucas bibliografias encontradas, foi possível perceber que as pesquisas sobre mulheres negras emergiram muito da preocupação de outras mulheres negras de demonstrar os protagonismos e as resistências dos corpos negros femininos, desde ao período escravista.

Tecer uma escrita, a partir da resistência, não é uma tarefa fácil. Entretanto, essas reflexões acerca das percepções das possibilidades e das potencialidades ganharam contorno quando compreendemos e ressignificamos os lugares ocupados pelas mulheres negras empreendedoras, no interior da Bahia, na cidade de Vitória da Conquista, em um contexto atual.

Nesse movimento de reconstituir uma outra perspectiva, o percurso seguiu na definição do tema de pesquisa, bem como na escolha do Programa em Relações Étnicas e Contemporaneidade – PPGREC, a partir de um ato político, ao passo que o programa propõe uma ruptura ao epistemicídio⁴ que tende a racializar, naturalizar e perpetuar o silenciamento de alguns corpos.

Sendo assim, a partir do meu ingresso no mestrado em Relações Étnicas e Contemporaneidade (PPGREC), na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, no *campus* de Jequié, no ano de 2020, sob a orientação da professora Dr. Ana Claudia Lemos Pacheco, demos continuidade à ideia inicial da pesquisa e ampliamos o foco de análise, ao propormos um estudo sobre empreendedorismo, potencializado pelas mulheres negras na cidade de Vitória da Conquista, no sudoeste baiano, a partir dos aportes das Epistemologias negras feministas e decoloniais.

⁴ Sueli Carneiro (2005), ao fazer uso do conceito de epistemicídio, explica como este mecanismo opera por meio do rebaixamento dos conhecimentos gestados pela população negra, bem como, nas descrenças, desvalorização e silenciamento das contribuições do continente africano e das diásporas.

Debruçar-me sobre os estudos do empreendedorismo negro feminino me atrela ao meu processo de construção pessoal, principalmente, porque cresci em um contexto de família extensa, em que as mulheres assumiram e assumem os papéis de chefes de família. Assim, cresci em um ambiente que pude perceber a minha avó, minha mãe, tias e irmã fazendo arranjos para sustentarem as teias familiares que se formavam, ora assumiam as funções como faxineiras e lavadeiras ora como quituteiras e sacoleiras.

Dentro desse cenário, observo as minhas familiares empreendendo pela subsistência, ou melhor, “tentando ganhar o pão” como elas (as mulheres da minha família) referenciavam os seus artifícios ao se reinventarem e se recriarem. Neste percurso, começo a adentrar neste movimento de trabalho para o sustento, rememorando as minhas vendas de chocolates, lanches e cosméticos, através de catálogos de revistas para conseguir me manter no curso de graduação e especialização. Nessa travessia, retomemos a Patrícia Hill Collins (2019), que aponta para a resiliência das mulheres negras ao se refazerem diante das dificuldades socioeconômicas.

Em conexão com tais perspectivas, escolhi essa temática por um motivo muito simples: queria, a partir desse lugar de enunciação, de uma mulher negra do sertão da Bahia, na cidade de Belo Campo, filha de uma empregada doméstica que, assim como Lélia Gonzalez, compreende que a felicidade e o protagonismo das mulheres negras são obrigações ancestrais, que resistiram ao racismo coletiva e cotidianamente.

[...] Ao nos impor um lugar inferior dentro de sua hierarquia (sustentado por nossas condições biológicas de sexo e raça), suprime nossa humanidade precisamente porque nos nega o direito de ser sujeito não apenas do nosso próprio discurso, mas de nossa própria história. Não será necessário dizer que, com todas essas características, estamos nos referindo ao sistema patriarcal-racista (GONZALEZ, 2020, p. 141).

De acordo com o pensamento de Gonzalez (2020), na construção da sociedade brasileira, a população negra foi reposicionada a partir de lugares hierarquizados, nos quais os marcadores de raça, gênero, classe, e tantos outros, são fundamentais para compreender as experiências das(os) sujeitas(os), a partir de sua realidade cotidiana, diferente do pensamento do colonialismo eurocêntrico, que não consegue nos perceber além do lugar do servilismo.

[...] diante dessa realidade, a necessidade imperiosa de investigar e anunciar o lugar epistêmico das mulheres negras na amefricanidade, não só as narrativas contra o colonialismo moderno de sujeitos femininos apagados pela historiografia hegemônica, como as experiências diárias das

amefricanas da atualidade que continuam a enfrentar o racismo, o classismo, a heterossexualidade como norma e outras iniquidades sociais (CARDOSO, 2019, p. 46).

Em diálogo com a autora Lélia Gonzalez (1988b), e com a socióloga afroamericana Patrícia Hill Collins (2019), concordamos que reduzir as experiências de mulheres negras apenas aos lugares da pobreza, da miséria e das dores, reforça, também, as imagens de controle sobre essas mulheres, tirando-as o direito de se autodefinir. Para que possamos dialogar, partimos do princípio da importância de centralizar as discussões acadêmicas em possibilidades outras, como, por exemplo, enfatizando as pesquisas realizadas sobre trajetórias de empoderamento das mulheres negras no contexto conquistense, as potencialidades, as estratégias de sobrevivências e o poder da autodefinição de si, enquanto sujeitas sociais e históricas (NOGUEIRA& PACHECO, 2016).

Por meio do contato com as epistemologias negras feministas, em priorizar narrativas de mulheres negras a partir das experiências de mulheres comuns, desarticulando as narrativas eurocêntricas, tirando-lhe o direito de defini-las, propomos a emergência do protagonismo e a autodefinição dessas mulheres, a partir dos seus discursos construídos por meio das fontes cibernéticas e digitais.

Seguindo o pensamento de Gonzalez (1988b), adotamos a categoria político-cultural da amefricanidade, como uma chave interpretativa e política, que nos permite compreender questões estruturais sobre empreendedorismo de mulheres negras no contexto brasileiro, a partir das teorias dos Feminismos Negros e de outros campos de pesquisa, produzidos por intelectuais negras que fomentam o debate sobre as condições sociais e os agenciamentos das mulheres negras, ao longo das histórias recentes de resistências das Amefricanas, no território brasileiro.

As pesquisadoras negras feministas antirracistas têm se posicionado criticamente acerca dos modos que os conhecimentos são produzidos e validados, tradicionalmente, na academia. Tais reflexões nos possibilitam levantar novas questões que atravessam as mulheres negras de modo particular e coletivo. Desse modo, demandas que envolvem o empreendedorismo negro feminino precisam ser pensadas sob uma nova ótica, para além de um empreendedorismo restrito à ótica do economicismo para as sobrevivências, mas descortinando os significados que essas mulheres dão às suas práticas.

Entendemos que estamos inseridos em uma sociedade estruturada por um sistema capitalista, que rebaixa e desvaloriza os trabalhos realizados pela população negra. Assim, a importância de um mapeamento e de discussões sobre empreendedorismo à luz do feminismo

negro e decolonial nos oferece bases estratégicas para refletir sobre políticas públicas para o avanço socioeconômico de mulheres e homens negros, em relação aos demais grupos racialmente hegemônicos.

Os estudos sobre o empreendedorismo desenvolvido por pessoas negras são mobilizados como a ponta do *iceberg* capaz de revelar várias fases da realidade. As estratégias sociais de sobrevivência econômica, além de mostrar os agenciamentos construídos de forma coletiva da população negra, diante dos processos de exclusão do mercado de trabalho formal, também sinalizam como essa população resistiu às desigualdades de raça, classe e gênero, desde início do pós-abolição e as suas potencialidades mobilizadoras diante de diferentes contextos sociais e históricos (Nascimento, 2020, Reis, 2021; Santos, 2019, Silva, 2017).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) aponta que a população negra (preta e parda) representa 55,8% da população brasileira. Paradoxalmente, essa população é a que mais empreende no Brasil, e ocupa os piores índices de desenvolvimento socioeconômico. Segundo os dados do GEM (2020), as mulheres negras empreendedoras correspondem a 60% no Brasil, sendo que, na Bahia, o SEBRAE (2020) aponta que o número de mulheres que se autodeclararam negras e que são empreendedoras corresponde a 83%, demonstrando, também, que esse grupo que mais sentem dificuldade ao montar os seus negócios.

A questão do empreendedorismo da população negra tem ganhando vários desdobramentos e dimensões, principalmente, quando pensada a partir de uma compreensão histórica e econômica que atravessou e atravessa as suas trajetórias. Nesse sentido, as suas atividades empreendedoras, conseqüentemente, são ampliadas para diferentes áreas, não somente da produção, mas também da prestação de serviços. Abrangem questões estruturais da desigualdade de raça e gênero que as análises interseccionais propiciam perceber através da produção e reprodução os mecanismos de exclusão e de pobreza da população negra (GONZALEZ, 2020, COLLINS, 2019).

Pesquisas importantíssimas que abarcaram as experiências de mulheres negras, nos sistemas escravistas e nos pós-abolição, demonstram as habilidades que essas mulheres tiveram no mundo do comércio, ao passo que, também, revelam as condições históricas em que essas atividades foram desenvolvidas (SOARES, 1994, FERREIRA FILHO, 2013; IVO, 2012). Mesmo reconhecendo a importância de tais pesquisas historiográficas, nos distanciamos destas, à medida que nosso estudo prioriza a análise do fenômeno do

“afroempreendedorismo” no contexto atual, afastando-nos, assim, do risco de cometermos anacronismos históricos.

Entendemos os caminhos trilhados no ato de empreender da população negra, que não podem ser negligenciados. Um olhar mais investigativo sobre o fenômeno analisado nos conduziu a fazer uma escolha metodológica em função do tempo sincrônico, expresso na velocidade do mundo virtual cibernético no século XXI, sobretudo no contexto da pandemia da COVID-19 (LEVY, 1999; BARROS, 2009; 2013).

Há de se perceber que o empreendedorismo desenvolvido por pessoas negras se apresenta como resposta à crise no mercado de trabalho, com alicerce histórico na precarização do trabalho que atravessa os negros, no contexto da diáspora africana. Essa dimensão pendura para uma compreensão de diferentes análises como: empreendedorismo por necessidade, afinidade e, talvez, se inicia pela necessidade de adquirir alguma renda financeira, mas que se torna por afinidade ao perceber as habilidades e satisfação naquilo que se faz como atividade econômica (NASCIMENTO, 2020).

Sob essa ótica, segundo Reis (2021), a inexistência de estudos que visibilizem as estratégias e as potencialidades dos modelos de negócios da população negra, mesmo diante das discriminações e segregações raciais e sociais, reafirmam o quanto são assimétricas as relações empreendedoras no Brasil. Tendo em vista essa compreensão, ao fazer uso das abordagens epistemológicas do Feminismo Negro, empreendedorismo negro e os diferentes campos do conhecimento, apresentamos os discursos construídos sobre o afroempreendedorismo através dos textos e imagens produzidos por mulheres negras empreendedoras no ciberespaço da internet. A análise desses conteúdos (textos, imagens, narrativas) nos possibilitará entender as potencialidades e práticas empreendedoras desenvolvidas.

Relacionar as atividades desenvolvidas por essas mulheres com as teorias, aqui, dinamizadas, contribui para subverter as visões eurocêntricas que atribuem ao corpo negro feminino apenas o lugar do servilismo e da exploração capitalista. Mascaram as potencialidades empreendedoras das mulheres e homens negros reforça estigmas, historicamente, atribuídos à população negra; em contrapartida, outras perspectivas apenas enaltecem as atividades semelhantes desenvolvidas aos grupos socialmente privilegiados. Do mesmo modo, o não mapeamento desses perfis em nada contribuiria para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para esse grupo que já é socialmente vulnerável.

Os diálogos críticos das pesquisadoras negras (Nascimento, 2020; Reis, 2021; Santos, 2019) certificam que os estudos sobre o empreendedorismo negro são pontos de tensões

complexas, visto que carregam, em seu entorno, questões conceituais próprias do empreendedorismo clássico, mas possuem questões particulares a um segmento gestado por um corpo negro.

Entre as pesquisas encontradas sobre a temática, percebemos duas visões sobre o empreendedorismo desenvolvido por pessoas negras: o Afroempreendedor e o Empreendedor negro. Nessa compreensão, percebe-se aqueles empreendedores que se autodeclaram negros, de acordo com a classificação do IBGE, que utilizam da atividade econômica como forma de ativismo social, contra o racismo estrutural e institucional⁵, tão presentes na sociedade brasileira, e que são o que compreendemos como Afroempreendedores, pautados na lógica da solidariedade e que enfocam consumidores específicos.

Por outro lado, existe o conceito de empreendedor negro, que são pessoas que se autodeclaram negras e as suas atividades econômicas estão abertas à demanda do mercado, sem uma preocupação com as questões étnico-raciais. Entretanto, existem pesquisadoras que utilizam o conceito de forma sinônima, apontando o afroempreendedor a pessoa que se autodeclara negra independente do seu tipo de comércio (SANTOS, 2019).

Nessa pesquisa, utilizamos o conceito de afroempreendedorismo proposto pela pesquisadora Maria Angelica dos Santos (2019), que classifica Afroempreendedorismo *Latu senso* e Afroempreendedorismo *Stricto senso*. A partir de uma perspectiva feminista negra, Santos (2019) defende que todas as empreendedoras negras são afroempreendedoras independentes das suas atividades econômicas estarem atreladas a uma forma de ativismo social, ou não.

A autora explica que a empreendedora negra que não visa uma perspectiva étnico-racial pode ser considerada um afroempreendedora, porém, *latu sensu*, visto que o simples fato de ter um corpo negro vinculado ao ato de empreender e se movimentar já causam mudanças importantes. Porém, obviamente, a afroempreendedora causa um impacto diferente do empreendedor *stricto sensu*, que através das atividades econômicas pode causar um movimento transformador e de impacto social na luta antirracista.

Observando essas questões, a decisão em centralizar no afroempreendedorismo desenvolvido por mulheres negras no ramo da estética, na cidade de Vitória da Conquista, não aconteceu de forma aleatória. Resultou das minhas observações e das lembranças da infância,

⁵ Na perspectiva de Almeida (2018) todo racismo se confira como estrutural, visto que é um elemento que atravessa as instituições políticas, econômicas e sociais produzindo discriminação racial de um grupo em detrimento de outro. Em consequência, configura como racismo institucional as formas como as instituições promovem exclusão e discriminação racial.

em que comumente, ao visitar a cidade em questão, minha mãe fazia questão de me levar à praça considerada mais bonita da cidade. Somando ao entretenimento, escutava sempre a história oficial dessa cidade, entrelaçada ao episódio do “banquete da morte”⁶. Tal episódio é contado pelos memorialistas e pesquisadores da região de Vitória da Conquista como um marco histórico. Nesse episódio, conta-se a história de um possível banquete oferecido, estrategicamente, pelos portugueses aos povos originários, e por consequência resultaria no genocídio dos povos indígenas, em contraponto, à vitória dos portugueses na região.

Esse episódio tornou-se uma mística sobre a construção da história da cidade, e é recontado, muitas vezes, pelos seus conterrâneos mais antigos com muito entusiasmo.

A tessitura da memória hegemônica do município não fugiu à regra reiterada pela qual se consolidaram personagens históricos, míticos, dotados de fé e de civilidade, que comumente podem ser observados em outros momentos e lugares da história brasileira. Partindo das narrativas oficiais e das falas de uma descendência interessada, a memória da Cidade foi sendo edificada pelos seus primeiros escritores, afirmando-se como a única e verdadeira história, à medida da sua condição hegemônica (OLIVEIRA, 2012, p.75).

Retomando as raízes da construção histórica da sociedade conquistense, desde os conflitos dos agentes da coroa portuguesa com os povos indígenas e negros, que residiam no Sertão da Ressaca, bem como aos processos de formação da elite conquistense, cristalizou-se no imaginário social, até os dias atuais, uma concepção de uma dita superioridade e exaltação da ‘civilidade’ do homem branco, em detrimento de um grupo tornado subalterno, além da tentativa de apagamento da história e da cultura de outros povos.

Entretanto, através dessa pesquisa e de outras interpretações sobre a participação da população negra e indígena na região de Vitória da Conquista, elaboramos a seguinte hipótese: Sobre o afroempreendedorismo, o ato de empreender de algumas mulheres negras, na cidade de Vitória da Conquista, na Bahia, no contexto atual, é revolucionário, à medida, que as suas atividades, princípios e ações estão vinculados a uma luta antirracista e antissexista. Nesse sentido, além de possibilitar uma mudança socioeconômica a essas mulheres, o ato de empreender gera um conjunto de potências que se mobilizam e articulam-se coletivamente, na sociedade conquistense, por meio da valorização e da autodefinição enquanto um grupo étnico-racial cibernético e afro-feminista, que percebe suas atividades

⁶ O relato do banquete da morte pode ser encontrado nos escritos do príncipe Maximiliano em suas andanças pelos Sertão da Ressaca. WIED-NEUWVIED, 1989, p. 428-429.

econômicas como perspectiva afro-cultural de reafirmação de si e de mudanças sociais em suas vidas.

Tais perspectivas apontam para a questão de pesquisa que sustentamos nesse estudo: O fenômeno denominado “empreendedorismo negro” e /ou “afroempreendedorismo” se constitui como estratégia de sobrevivência e autodefinição das mulheres negras no contexto da cidade de Vitória da Conquista?

Para responder a essa pergunta, os objetivos que direcionaram o desenvolvimento do trabalho são:

- Compreender em que medida essa prática do afroempreendedorismo representa uma resistência social, econômica e cultural diante da diversidade e desigualdade na cidade de Vitória da Conquista;
- Analisar como se dá a interseccionalidade das assimetrias de classe, etnia/raça, gênero no campo comercial em Vitória da Conquista, na Bahia;
- Identificar e analisar as estratégias de autodefinição dessas mulheres como potências mobilizadoras conquistenses no campo denominado empreendedorismo negro;

O recurso metodológico da pesquisa qualitativa foi identificar, através de um estudo **documental audiovisual**, os discursos de cinco mulheres negras empreendedoras nas plataformas digitais *Instagram e Youtube*. A ideia inicial da pesquisa era analisar a trajetória de cinco mulheres negras empreendedoras, e tínhamos como foco central direcionar a atenção nas narrativas dessas mulheres. Contudo, em ocorrência do contexto da pandemia de Covid-19, tivemos dificuldade em fazer contato com essas mulheres, a fim de respeitar as orientações do distanciamento social e o estado emocional de algumas delas. Assim, analisamos parcialmente o que havíamos proposto, adiando uma parte da pesquisa para projetos futuros, como uma forma importante de preservar a saúde das mulheres com as quais entraríamos em contato *in loco*.

Nesse contexto, podemos dizer que fomos afetadas pelo campo. Entretanto, a partir de um lugar posicionado como afroconsumidora que frequentou os estabelecimentos gestados por pessoas negras, antes da pandemia, tentei compreender as iniciativas e as estratégias de empreendedorismo de mulheres negras que fazem parte do meu cotidiano.

Dessa forma, utilizamos a pesquisa documental e bibliográfica, textos e imagens produzidas nas redes midiáticas, organizadas por ou sobre mulheres negras: como *Instagram, Youtube* e outros *websites* como fontes principais da nossa pesquisa. Fontes secundárias também foram utilizadas; consultas nos sites do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Junta Comercial, Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), com

a finalidade de obter um mapeamento dos perfis dos empreendedores e empreendedoras por gênero e raça, em Vitória da Conquista.

Desse modo, nos limitamos a realizar uma pesquisa bibliográfica e documental relacionadas à técnica de análise de conteúdo, na perspectiva de Crusoé (2014) e Laurecen Bardin (1977), tal qual a autora conceitua como: “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo”, para analisar os discursos das mulheres negras em vídeos no *Instagram* e *Youtube*, a partir dos estudos sobre ciberespaço e etnicidade virtuais, por meio dos postulados de Zelinda Barros (2021) e Pierre Lévy (1999).

Ao escolhermos a técnica de análise de conteúdo para a produção das informações da pesquisa nas plataformas digitais, nos aproximamos desse universo tão rico de informações, motivado pela observação de vídeos postados nas plataformas do *Youtube* e *Instagram*. Esse campo nos propiciou uma aproximação das colaboradoras como uma espécie de pesquisa ciberparticipativa, em que a pesquisadora observa o campo, interage com suas colaboradoras dentro do espaço virtual, percebendo as redes de relações que são criadas e alimentadas, bem como os conflitos existentes nos próprios discursos produzidos pelas mulheres negras empreendedoras, ou sobre elas.

1.1 Bordando uma dissertação: percurso investigativo do afroempreendedorismo desenvolvido por mulheres negras, em Vitória da Conquista-BA

O empreendedorismo desenvolvido por mulheres negras nos últimos anos vem se organizando sobretudo nas redes sociais, espaços que em outros momentos tinham como maior finalidade interações e entretenimento para e entre as pessoas. Atualmente, percebe-se o ciberespaço como mobilizador de organização social, divulgação, ativismo, campanha político-eleitoral, dentre outras finalidades.

A partir desse contexto, realizamos uma pesquisa de cunho qualitativo integrada aos referenciais da análise de conteúdo, como técnica para análise do discurso, para compreendermos o empreendedorismo negro e/ou o afroempreendedorismo desenvolvido por mulheres negras nas plataformas digitais.

Nos fundamentamos em Crusoé (2014) a fim de entender o campo empírico como um espaço de problematização, no qual “a teoria é elaborada no movimento de reconstrução e ressignificação” (CRUSOÉ, 2014, p. 44). Assim, entendemos as plataformas digitais, nesta

pesquisa, como um campo de problematização que nos ajuda a pensar as relações sociais que se estabelecem por meio da atuação dos sujeitos.

A plataforma do Instagram e YouTube como fontes de pesquisa documental

Entre as várias finalidades possíveis que a internet proporciona, há a relação expressiva nas dinâmicas em prol da justiça social, já que a sociedade tem em suas marcas organizacionais no mundo global

As vozes que se somam no ciberespaço representam grupos identificados com causas e compromettimentos comuns, a partir da diversidade de campos de interesse (educação, saúde, direitos humanos e trabalhistas, cidadania, minorias e etnias, meio ambiente, ecologia, desenvolvimento sustentável, defesa do consumidor, cooperativismo, habitação, economia popular, reforma agrária, Aids, sexualidade, crianças e adolescentes, religiões, combate à fome, emprego, comunicação e informação, arte e cultura), de metodologias de atuação (movimentos autônomos ou redes), de horizontes estratégicos (curto, médio e longo prazos) e de raios de abrangência (internacional, nacional, regional ou local). Essas variáveis, muitas vezes, entrelaçam-se, fazendo convergir formas operativas e atividades (MORAES, 2001, s/p).

Com o surgimento de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) tornou-se possível um maior fluxo de engajamento sócio-político nas redes sociais. Trata-se de uma ampliação da atuação da comunidade civil na divulgação mais ampla e rápida de pautas e ações que em outros momentos eram ignorados, ou distorcidos. Moraes (2001, s/p) corrobora ao enfatizar que “a internet veio dinamizar esforços de intervenção dos movimentos sociais na cena pública, graças à singularidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades e expressões de vida, sem submetê-las a hierarquias de juízos e idiosincrasias”⁷.

Algumas das grandes contribuições proporcionadas pela internet foram as ferramentas como salas de reuniões, fóruns, campanhas virtuais, correios eletrônicos, manifestações online, grupos de papo, boletins, murais, anéis de site e árvores de link. Essas mudanças possibilitam formas de organizações e mobilizações sociais com um custo baixo, reduzindo a dependência dos meios de comunicações tradicionais.

⁷ Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acesso 26. maio.2022.

O virtual é obviamente uma dimensão muito importante da realidade. Mas no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para significar a irrealidade — enquanto a "realidade" pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível. A expressão "realidade virtual" soa então como um oxímoro, um passe de mágica misterioso (LÉVY, 1999, n.p).

O ambiente virtual, também conhecido como ciberespaço, em muitas ocasiões é compreendido como não pertencente à realidade, entretanto, Pierre Lévy (1999) argumenta que o ambiente virtual é pertencente ao real. Desse modo, o espaço virtual não se opõe à realidade material e se revela como facilitador de redes de intercomunicações entre pessoas e grupos diversos que difundem suas percepções de mundo, posicionamentos e desejos, sem, contudo, limitar-se a um lugar, ou tempo particular. Assim, Lévy (1999) enfatiza que as mudanças estruturais das sociedades, sejam elas econômicas, culturais e sociais têm relação com a forma como os sujeitos incorporam os meios tecnológicos.

As redes sociais, como são compreendidas por Santos (2020), carregam um papel preponderante dentro da internet, pois têm sido vitrine de discursividades entre as diversas pessoas que utilizam desse espaço como formas, também, de exercerem o *ciberativismo* pautados em causas específicas.

Concordamos com essas definições, também, apontadas por Barros (2009), Moraes (2001) e Santos (2020) sobre o conceito de ciberativismo, porque representa uma forma organizacional não governamental, que tem como base a utilização da internet para fomentar um novo projeto social:

A dinâmica do ativismo digital é multidirecional e aponta para a ampliação do alcance das iniciativas, na medida em que tanto permite consolidar a atuação de grupos já atuantes fora do cyberspaço como para os que fazem o movimento contrário, ou seja, iniciam no mundo virtual e se ramificam para organizações dotadas de materialidade geográfica (BARROS, 2009).

Alguns pesquisadores como Moraes (2001) e Santos (2020) analisam a importância do ciberespaço como uma forma de atuação mais democrática, visto que as grandes mídias exercem um poder de controle muito significativo dos conteúdos que se julgam ser relevantes. “A supremacia dos meios tradicionais persiste e provavelmente persistirá, porém não há como negar que inquietações sociais e resistências à lógica dominante se propagam pela Internet, sem ingerência de governos e corporações empresariais ou militares” (MORAIS, 2001, n. p).

Essa compreensão de percepção do ciberespaço como forma de atuação democrática o tornam um espaço de diálogo, conversação sobre variados temas, o que não significa a negação da importância da representatividade, a partir do voto. Entretanto, não

podemos ser ingênuos em não perceber os possíveis limites existentes no mundo virtualizado.

São inúmeras as questões que precisam ser levadas em consideração quando pensamos no *ciberativismo*. Morais (2001) aponta a importância de um aprofundamento na proposta de comunicação, visando a conciliação com as demandas do público alvo para que o alcance das informações seja mais preciso.

A heterogeneidade de ideários, identidades, práticas e naturezas constitutivas se reflete em usos e apropriações distintos das engrenagens comunicacionais, aí incluídas na Internet. Por mais que as redes e coletivos virtuais aproximem e combinem linhas de intervenção, não caracterizam, naturalmente, totalidades ou unicidades válidas em qualquer situação (MORAIS, 2001, n.p.).

Considerando tais reflexões, Morais (2001) aponta o *ciberespaço*, também, como um espaço de disputa. No que se refere ao Brasil, especificamente, as questões territoriais, de classe, gênero e raça são latentes, já que existe a concentração de riquezas que impactam nas questões das tecnologias digitais, formando um ciclo de desigualdades entre as regiões sul e sudeste, por exemplo, em que uma grande parcela da população brasileira sofre com a exclusão digital.

Desse modo, um dos desafios apresentados para as pessoas que se utilizam do *ciberespaço* são: (i) precisam levar em consideração as definições das estratégias de comunicação; (ii) formação em cursos específicos para o domínio da tecnologia; (iii) buscar mecanismos que façam aumentar o número de usuários.

Santos (2020) chama atenção para as potencialidades da arena virtual, apontando que no *ciberespaço* as pessoas não estão conectadas, apenas, pelas redes digitais, mas também pelas redes discursivas ocupando diversas posições de sujeito.

[...] As condições de produção dos discursos, que funcionam no espaço digital, têm as suas particularidades, como a rapidez de divulgação, a presença de diferentes grupos sociais nos ambientes virtuais e a diversidade de ideologias circulando nesses espaços, dando possibilidade para o funcionamento de inúmeros efeitos-sentido, como também de antagonismos em relação às posições-sujeito ocupadas pelos internautas, que podem ou não se identificarem discursivamente com os sentidos produzidos no ciberespaço (SANTOS, 2020, p. 25-26).

Desse modo, segundo a autora, a internet funciona como mais um espaço de funcionamento do discurso, e as condições de produção dos discursos veiculados precisam ser levadas em consideração, bem como a circulação e os efeitos. Do ponto de vista de Mercado

(2012) “a internet é a interface cotidiana da vida das pessoas e lugar de encontro que permite a formação de comunidades, grupos estáveis e a emergência de novas formas de sociabilidade” (MERCADO, 2012, p. 169).

Compreendemos a *cibercultura*⁸ a partir da perspectiva de Lévy (1999) e de Freitas (2018), que postula que tal âmbito deve ser “entendido como espaço de produção de conhecimento, saberes e novas identidades, o qual a mulher negra tem utilizado para reelaborar suas identidades, sobretudo por meio da imagem e representação social” (FREITAS, 2018, p. 55).

As redes sociais virtuais têm causado grandes mudanças nas relações sociais, especialmente, com seu crescimento exponencial na segunda década do século XXI. As redes mais utilizadas na contemporaneidade são *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, *WhatsApp*. Daí a relevância em utilizá-las como fontes de pesquisa e *locus* de investigação social.

Para a realização da pesquisa, analisamos os discursos produzidos nas páginas do *YouTube*, *Instagram* e *WhatsApp* de cinco mulheres empreendedoras que se autodeclaram negras, no município de Vitória da Conquista. Com base nos pressupostos teórico-metodológicos adotados, pretendemos compreender: como se constitui o empreendedorismo desenvolvidos por mulheres negras?

Denzin e Lincon (1997) enfatizam que os pesquisadores de estudos qualitativos precisam se tornar *bricoleur* e confeccionadores de colchas de retalhos, isso porque fazem uso de diversas ferramentas estéticas e/ou materiais para a realização do seu ofício. Existem vários tipos de discussão sobre o conceito de *bricoleur*, o interpretativo produz várias representações capazes de explicar situações complexas, os autores citados enfatizam que “o *bricoleur* metodológico é um perito na execução de diversas tarefas, que variam desde a entrevista até uma auto-reflexão e introspecção intensivas” (DENZIN, LINCON 1997, p. 20). Trata-se, portanto, de selecionar métodos, referenciais teóricos e estratégias que estejam ao seu alcance para a condução de sua pesquisa. No seu papel de confeccionador de colcha, ele “costura, edita e reúne pedaços da realidade, um processo que gera e traz uma unidade psicológica e emocional para uma experiência interpretativa” (DENZIN, LINCON 1997, p. 19).

⁸Levy (1999) define cibercultura como “[...] o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVI,1999, 17)

As pesquisas realizadas por um *bricoleur* interspectivista precisa levar em consideração diversos aspectos da realidade como raça, classe, gênero, história pessoal, pela etnicidade da pessoa que pesquisa e daquelas que fazem parte do cenário pesquisado (DENZI, LINCON, 1997).

Nesse lugar de pesquisadora *bricoleur*, tentamos confeccionar uma colcha de retalhos para compreender, a partir dos discursos de mulheres negras empreendedoras coletados nas redes sociais, o fenômeno do empreendedorismo feminino negro em Vitória da Conquista, levando em consideração os aspectos que atravessam as suas realidades e sua interação social.

Crusoé (1997) aponta que os sujeitos, ao elaborarem os seus discursos, estão ao mesmo tempo em constante diálogo com as vozes sociais. Desse modo, os discursos apresentados pelas colaboradoras estão em constante diálogo com os teóricos dos estudos do empreendedorismo. Nesse sentido, a nossa pesquisa se enquadra na perspectiva da pesquisadora que se predispõe a dialogar com os discursos das colaboradoras com as referenciais teórico-metodológicas., visto que “[...]o que se espera de uma investigação é a invenção de uma teoria ou, mais frequentemente, o aperfeiçoamento de uma teoria, a sua afrontação com novos dados, novos momentos” (CRUSOÉ, 1997, p. 42).

Para tanto, recorremos a outros campos de estudos, fazendo uma interconexão para compreender como os marcadores de gênero, raça, classe atravessam o empreendedorismo desenvolvido por mulheres negras.

Os primeiros passos para a coleta das informações da pesquisa se deram em conhecer as ferramentas virtuais utilizadas pelas mulheres negras, em Vitória da Conquista, objetivando conhecer suas ferramentas de funcionamentos, códigos e algoritmos e, também, um pouco mais do cotidiano das colaboradoras, interação com os públicos, conflitos, postagens, bem como os motivos pelos quais elas se tornaram empreendedoras.

Costa (2018) ressalta que com a ampliação das ferramentas da internet, os *softwares* e as novas plataformas, a aderência das pessoas para o desenvolvimento das suas atividades, na construção de novas relações sociais, acontece nas redes digitais, colaborando para novos modelos de negócios.

Os assinantes/inscritos nas plataformas como  *You Tube*,  *Instagram* e  *WhatsApp* podem realizar diversas estratégias para o engajamento com o público. As principais formas estão na publicação de vídeos, fotos, *story* e compartilhamento. A partir das publicações outros membros poderão comentar e reagir, fazendo uso de ferramentas de interação.

O *Instagram* é uma ferramenta de mídia social, de compartilhamento de vídeos e fotos que, a princípio, tinha como objetivo fortalecer vínculos entre pessoas, no entanto, atualmente, esta mídia tornou-se, também, uma ferramenta de trabalho. O *Instagram* foi criado por Kevin Systrom e Mike Kriger, em 6 de outubro de 2010, como um aplicativo para celulares⁹.

Escolhemos o *Instagram*, devido a sua maior popularidade e maior interação com os assinantes, atualmente, a partir de chat, criação de *lives*, curtidas, comentários, compartilhamento de vídeos e fotos, além, de possuir uma vitrine para loja virtual, para fins comerciais.

Como ferramenta de trabalho, ou meio de expandir os negócios, as marcas podem utilizar dois recursos no *Instagram*: o *Storytelling*, sendo possível contar histórias através de palavras e audiovisual; Hashtags, símbolo que é utilizado juntamente com uma palavra (#) para marcar uma informação que poderá ser buscada mais tarde pelos usuários.

Desse modo, O *Instagram* tornou-se muito importante para fortalecer vínculos entre os internautas como um instrumento de marketing para empresas. Na perspectiva de Silva e Oliveira (2009, p. 05), esse sucesso se dá em decorrência de “proporcionar a empresa um contato com seu consumidor de forma direta, simples e rápida, podendo influenciar e atingir pessoas do mundo inteiro”.

Os *emojis* apresentados na figura abaixo, representam alguns dos botões de reações no *Instagram*. O uso desses botões representa as emoções dos usuários equivalentes a: 😂 gargalhada, 😲 surpresa, 😍 amei, 😭 chorando, 🙌 palmas, como gostei, 🔥 geralmente usado para indicar atração, 🎉 lança-confete como sinal de comemoração.



Imagem 01: Botões de reações rápidas do Instagram

⁹ Aragão et. (2016).

A realização de todas as possibilidades encontradas no Instagram, são as ações de interatividades como forma de diálogo, a exemplo do botão de comentar , compartilhar  e  “curtir”, salvar  além de outras já citadas, que demonstram que os inscritos estão consumindo os conteúdos. Assim, entendemos o *Instagram* como uma ferramenta virtual para além da rede social, sendo desse modo algo mais amplo como uma plataforma digital.

Como observa Santos (2020), “praticamente, todas as atuais redes sociais apresentam essas possibilidades de interatividade, que permitem distintas formas de identificação e de posicionamentos discursivos, mesmo que recebendo denominações diferentes em cada uma delas (SANTOS, 2020, p. 27-28)”.

Já o *Youtube* , outra plataforma importante utilizada nessa pesquisa, é útil no compartilhamento de vídeos, e foi lançada oficialmente em 2005. O Youtube é uma das plataformas digitais mais acessadas pelos usuários da internet. Foi criada por Chad Hurley, Steve Chen e JawedKari. Na perspectiva de Jean Burgess e Joshua Green (2009), o sucesso da plataforma se deu em decorrência da popularidade de conteúdos criados pelos usuários, e a utilização do YouTube como forma de propagação do conteúdo das empresas de mídia.

Nesse caso, Jean Burgess e Joshua Green (2009) demonstram que a criação do *Youtube* expressa uma ruptura de padrões midiáticos até então existentes, possibilitando um novo ambiente não apenas comercial, mas um canal de comunicação de massa.

O YouTube é um empreendimento comercial. Mas também é uma plataforma projetada para viabilizar a participação dos cidadãos comuns. Ele é um exemplo muito claro de uma tendência abrangente em direção a convergências conflitantes de forma de produção cultural comerciais e não comerciais no ambiente digital, onde esses tipos de produção cultural marginais, subculturais e comunitários são incorporados, em virtude de seu projeto, à lógica comercial das grandes corporações de mídia (BURGESS & GREEN, s/a, p. 105)

Os autores apontam que o *Youtube* é um site de cultura participativa que engloba colaboradores dos mais variados grupos, como: canais de televisão, grandes e pequenas empresas, instituições culturais, artistas, ativistas e pessoas que estão iniciando neste campo como criadores de conteúdo.

As plataformas citadas movimentam o mercado financeiro, na atualidade, isso vem crescendo fortemente, devido a conteúdos exclusivos que as mesmas oferecem aos usuários por meio de assinaturas. O *YouTube* oferece muitos conteúdos gratuitos, o que possibilitou a sua expansão para todas as classes sociais, no entanto, a partir de 2015, passou a oferecer

serviços por assinaturas como *YouTube Red*, que mais tarde tornou-se *YouTube Premium*, e que, entre algumas funcionalidades, oferece a possibilidade de não exibir publicidade e reproduzir vídeos em segundo plano em celulares, isto é, o usuário consegue assistir um vídeo, utilizando outro aplicativo, Já o *YouTube Original* diferencia-se do anterior porque são conteúdos produzidos pela própria plataforma¹⁰.

As interações nessa plataforma acontecem, também, com os botões de interação como:

 Curtir, não gostei , compartilhar , salvar , denunciar ,  mostrar transcrição e outros que vão frequentemente sendo inseridos ou atualizados.

O uso frequente de ferramentas disponibilizadas pelas redes virtuais, como o botão de compartilhamento faz com que seja aumentada a circulação dos seus discursos e produtos. Após conhecermos melhor como funciona as plataformas sociais, e o porquê da importância delas para esta pesquisa, discutiremos a seguir, quais foram os critérios utilizados para a seleção das cinco colaboradoras da pesquisa.

1.2 Critérios de seleção da pesquisa em ambientes digitais-discursos, e sujeitas dos discursos

Os critérios utilizados para selecionar cinco mulheres negras empreendedoras que participam das plataformas digitais e que colaboraram para a pesquisa foram:

- 1º) Mulheres que se autodeclararam negras (pretas /pardas);
- 2º) Residentes de Vitória da Conquista - Ba;
- 3º) Empreendedoras;
- 4º) Trabalham com estética.

A escolha em selecionar mulheres negras no ramo da estética estabeleceu-se em função de uma sondagem geral no “campo da pesquisa virtual”, que nos apontou que, no contexto de Vitória da Conquista, são as mulheres negras no ramo da estética as mais presentes nas plataformas digitais. Entendendo as plataformas digitais como um campo de possibilidades para análise discursiva, a técnica da “bola de neve” associada ao uso da técnica denominada “semente” foram essenciais na busca das nossas colaboradoras.

Segundo Vinuto (2014), a técnica da “bola de neve” consiste em uma amostra não probabilística que utiliza cadeias de referências. Essa amostragem é muito utilizada em

¹⁰Carlos d’Andréa (2020).

pesquisas qualitativas, quando existem muitos empecilhos de acessos aos grupos ou pesquisados. Essa abordagem pode sofrer diferentes denominações dentro das ciências sociais, entretanto, a autora aponta, ainda, que pode aparecer em algumas pesquisas, mas que os pesquisadores não tiveram uma preocupação em nominá-la, assim, esse tipo de pesquisa, muitas vezes, permanecem às margens das pesquisas acadêmicas.

A amostragem de bola de neve é utilizada principalmente para fins exploratórios, usualmente com três objetivos: desejo de melhor compreensão sobre um tema, testar a viabilidade de realização de um estudo mais amplo, e desenvolver os métodos a serem empregados em todos os estudos ou fases subsequentes (VINUTO, p. 205).

Essa amostragem é muito útil quando não se tem pretensão de uma pesquisa quantitativa, ou questões delicadas que envolvem o âmbito privado. No caso específico de estudar mulheres negras empreendedoras em Vitória da Conquista, a técnica serviu como mecanismo para chegar até essas mulheres, mesmo que em plataformas digitais, em período de isolamento social. Como toda pesquisa comprometida com o saber fazer científico, tínhamos uma preocupação inicial em saber quem eram essas mulheres e como alcançá-las nas plataformas. A questão era: como selecioná-las e por quais meios iríamos encontrá-las?

Uma das nossas estratégias foi utilizarmos as ferramentas das plataformas com as quais estávamos familiarizadas, como o uso das *hashtags*: #empendedorasnegrasemvitóriadaconquista #mulheresnegrasempreendedoras #mulheresempreendedoras #empendedoras.

Com a dificuldade de encontrá-las a partir de *hashtags*, utilizamos outra estratégia para chegarmos à primeira mulher negra empreendedora a ser contactada nas redes sociais. Conseguimos acessá-las através da técnica que Vinuto (2014) denominou de “*sementes*”.

[...] Para o pontapé inicial, lança-se mão de documentos e/ou informantes-chaves, nomeados como *sementes*, a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa, dentro da população geral. Isso acontece porque uma amostra probabilística inicial é impossível ou impraticável, e assim as sementes ajudam o pesquisador a iniciar seus contatos e a tatear o grupo a ser pesquisado (VINUTO, 2014, p. 3).

Fizemos uma busca dos jornais e nos blogs da cidade para localizar uma possível mulher negra empreendedora que trabalhasse no ramo da estética, onde localizamos no site Sudoeste Digital uma publicação com o título “Conquista/ Mulheres Negras de Vitória da

Conquista são destaques do empreendedorismo baiano”,¹¹ realizada no dia 22 de novembro de 2019. Através dessa fonte jornalística, tivemos acesso as nossas primeiras duas colaboradoras digitais: Luiza Rodrigues e Lila Barretos, ambas do mundo da estética.

1.3 Quem são elas – Youtubers? Influenciadoras digitais? Ou afroempreendedoras?

As redes midiáticas possibilitaram, durante todo o processo de pesquisa, um campo vasto de possibilidades para as discussões de temáticas sobre as mulheres negras e as relações étnico-raciais, nesse sentido, concordamos com Crusoé (2014), quando enfatiza que o campo empírico é um campo de problematizações.

Considerando esses aspectos, demos continuidade à proposta, após localizarmos duas “sementes” através das informações apresentadas no site; as etapas seguintes consistiram em localizar os seus perfis nas plataformas digitais e saber um pouco das suas atividades, dos seus discursos, a fim de tentar perceber nas entrelinhas, os atravessamentos do que é ser uma mulher negra empreendedora.

Como pesquisadora que visa tecer a cortina de retalhos, fez-se necessário realizar algumas adaptações da técnica bola de neve, visto que as *sementes* da pesquisa foram se apresentando sem necessidade de solicitar indicações de outras mulheres negras empreendedoras, como Vinuto (2014) propõe.

Solicita-se que as pessoas indicadas pelas sementes indiquem novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente e, dessa forma, o quadro de amostragem pode crescer a cada entrevista, caso seja do interesse do pesquisador. Eventualmente o quadro de amostragem torna-se saturado, ou seja, não há novos nomes oferecidos ou os nomes encontrados não trazem informações novas ao quadro de análise (VINUTO, 2014, p. 203).

Luiza Rodrigues já fazia parte das minhas redes de relações na plataforma digital, já consumia os seus conteúdos no *Instagram*. Através do perfil de Luiza, tivemos acesso, por meio de informações no seu perfil, sobre o trabalho de Bruna Larissa. Conseqüentemente, no perfil de Bruna havia um post convidando as seguidoras e seguidores para participarem de uma discussão na plataforma do *Youtube* de Maiza Ribeiro, sobre afroempreendedorismo. A

¹¹Site Sudoeste Digital <https://www.sudoestedigital.com/2019/11/conquista-mulheres-negras-devitoria-da.html> acesso em 28/07/2021.

partir dessas indicações, formamos as colaboradoras de estudo, embora como afroconsumidora¹², Vanessa Lopes também já fazia parte das minhas redes de relações.

Após a definição das mulheres que fariam parte da pesquisa, buscamos aproximar o diálogo com as colaboradoras, esclarecendo as dúvidas existentes que eram referentes à metodologia que estava sendo utilizada.

No processo de apresentação da pesquisa, esclarecemos às colaboradoras que iríamos realizar um estudo baseado na análise do perfil público das suas redes sociais, das postagens e discursos sobre empreendedorismo, e que o objetivo principal seria acessar os conteúdos disponíveis dos seus trabalhos no Instagram, acerca do tema de pesquisa que nos interessava. Após essa interação, fomos esclarecidas da importância da utilização da plataforma do *Youtube*, pois como estratégia de maior alcance, algumas conversas seriam realizadas naquela plataforma. Além do Youtube, uma das colaboradoras nos sugeriu, também, a nossa participação em um grupo no WhatsApp, em que participavam apenas trançistas¹³ e, ao todo, esse grupo continha 42 pessoas. Participar desse grupo virtual me possibilitou ter várias dimensões sobre a atuação dessas mulheres, em Vitória da Conquista, sobre potenciais e desafios. Quem são essas mulheres? Consideramos, nesse sentido, o momento oportuno para apresentá-las.

¹² Afroconsumidora são pessoas que se autodeclaram negras e escolhem por consumir produtos de outras pessoas negras, com o intuito de fortalecer a economia entre a própria comunidade.

¹³ Profissional especialista em penteados afros-tranças.



Imagem 02: Luiza Rodrigues

Fonte: Sudoeste Digital, 22/11/ 2019

Luiza Rodrigues é uma mulher negra, mãe, influencer digital, maquiadora e especialista em maquiagem para pele negra, na cidade de Vitória da Conquista. Assim como várias mulheres negras, assumiu, desde muito cedo, o papel de chefe de família para ajudar nas despesas de casa e sustentar o seu filho. Ao longo de sua trajetória, Luiza trabalhou em vários lugares, desde panfletagem nas ruas e eventos, até vendas em lojas de cosméticos e maquiagem. Como maquiadora, se especializou em maquiagem voltada para pele negra, em busca de satisfação pessoal e também como ação política.



Imagem 03: Lila Barretos

Fonte: Sudoeste Digital, 22/11/ 2019

Disponível em :
<https://www.sudoestedigital.com/2019/11/conquista-mulheres-negras-de-vitoria-da.html>. Acesso dia 06-05-22

Lila Barretos é uma mulher negra, mãe, professora, esteticista, especialista em pele negra e mestra em ciências da saúde. Assim como Luiza Rodrigues, a trajetória de Lila é marcada, desde muito cedo, na entrada do mundo do trabalho para sustento de sua família, após o falecimento do seu pai. Lila decidiu em se especializar em pele negra, porque desde a infância teve contato com discursos racistas, em relação à estética de pessoas negras.

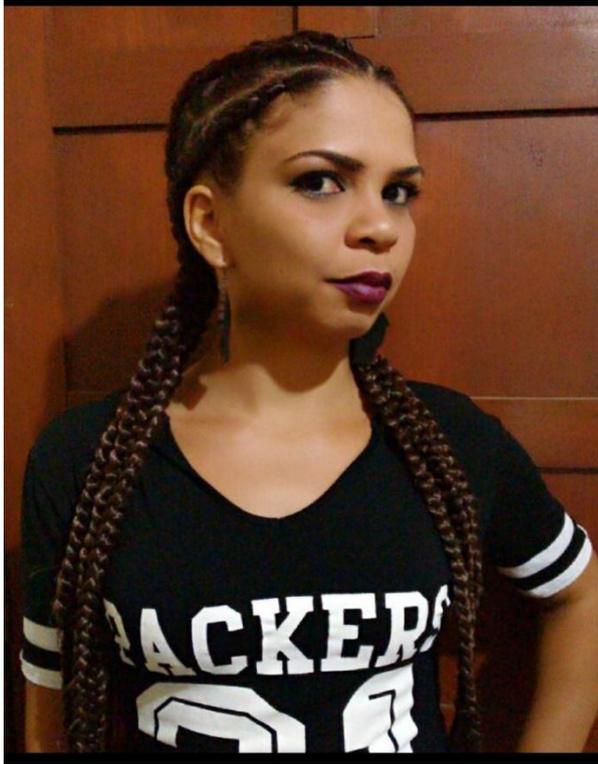


Imagem 4: Vanessa Lopes

Fonte: acervo da autora

Vanessa Lopes é cientista social, graduanda no curso de licenciatura em pedagogia. Iniciou sua participação nos movimentos sociais, em Vitória da Conquista, aos 13 anos de idade. A partir do movimento hip hop desenvolveu a habilidade de tratar de penteados afros, sendo uma das líderes e idealizadoras da Casa Cultural Hip Hop U.Elos, no ano de 2014. Vanessa, ao longo da sua trajetória, atuou em várias ações sociais nos bairros e escolas, oferecendo oficinas de estética negra, danças e discussões ligadas à luta antirracista. Por meio dessas ações sociais, percebeu a possibilidade de fazer das aspirações políticas e pessoais um modo de obter uma renda financeira. Atua na área há mais de 20 anos.



Imagem 5: Bruna Larissa

Fonte: <https://focanativa.wordpress.com/2016/09/13/quando-a-mudanca-interna-comeca-a-partir-do-cabelo/> acesso em 06-05-22

Bruna Larissa é uma mulher negra, digital influencer e uma das idealizadoras do movimento social Encrespa Conquista, surgido em Vitória da Conquista, no ano de 2015. Bruna trabalhou em vários lugares, no comércio, predominantemente. No início da pandemia da Covid-19, no ano de 2020, após ficar desempregada, tornou-se empreendedora no ramo da estética, atuando como trancista e na venda de acessórios para cabelos crespos e cacheados.



Imagem 6: Maiza Ribeiro

Disponível em
<https://www.instagram.com/p/CMYFvVosHcT/?igshid=YmMyMTA2M2Y=> acesso em 06-05-22

Maiza Ribeiro, mulher negra, de 24 anos, trabalha no ramo da estética e cosmética desde os 15 anos de idade. É, também, uma das organizadoras do movimento Encrespa Conquista, e foi por meio desse movimento, que surgiu em 2015, que ela resolveu assumir a sua identidade de mulher negra e, conseqüentemente, se especializou e desenvolveu produtos voltados para o cabelo crespo e cacheado.

Como já foi sinalizado acima, as colaboradoras selecionadas para a análise são cinco mulheres, negras, empreendedoras, jovens, em sua maioria mães, que possuem estabelecimentos voltados para estética: Tranças de Bruna, Nesyta Tranças, Terapia dos Cachos, Lila Barreto Centro de Estética e Luizamakeup. São mulheres que se constroem cotidianamente, a partir dos seus saberes-fazer. É o que veremos a seguir: de que forma essas mulheres negras “que empreendem” se autodefinem? Como construíram formas de resistências? Quais foram as estratégias para se inserirem nesse espaço virtual e do empreendedorismo?

CAPÍTULO 2. ENTRE AS RUAS E O CIBERESPAÇO: ITINERÁRIO AFRO-FEMINISTA NA CIDADE DE VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

Para além do seu caráter puramente geográfico, a categoria da amefricanidade incorpora todo um processo histórico de intensa dinâmica cultural (adaptação, resistência, reinterpretação e criação de novas formas) [...] o Brasil e seus modelos iorubá, banto e ewe-fon. Em consequência, ela nos encaminha no sentido da construção de toda uma identidade étnica (GONZALEZ, 2020, p. 135).

Gonzalez (2020), nessa breve citação, explicita a importância de utilizarmos de forma metodológica a categoria da amefricanidade. A categoria da amefricanidade, enfatizada pela autora, incorpora uma perspectiva de outra narrativa que traz para o baile as experiências de pessoas que não eram vistas, pelos discursos canônicos, como importantes. Para além dessa urgência, estabelecemos um exercício de percepção da movimentação das amefricanas como sinônimo de resistência diante das opressões.

Tal compreensão, longe de querer romantizar os contextos históricos de opressões que atravessam os corpos negros, também nos aporta para um entendimento que não seja apenas de dor, ou passividade, diante das desigualdades e exclusões. A metodologia da amefricanidade incorpora, a partir dos lugares de atuação das amefricanas, uma característica que se faz alicerçada na resistência.

Seu valor metodológico, a meu ver, está no fato de permitir a possibilidade de restar uma *unidade específica*, historicamente forjada no interior de diferentes sociedades que se formaram numa determinada parte do mundo. Portanto, *América*, enquanto sistema etnográfico de referência, é uma criação nossa e de nossos antepassados no continente em que vivemos, inspirados em modelos africanos (GONZALEZ, 2020, p. 135).

Pensar em Vitória da Conquista, por meio da categoria da amefricanidade, é, também, pensar nas resistências das mulheres em sua diversidade, as indígenas, mulheres negras e pobres, que sempre estiveram na busca por se fazerem ser respeitadas, na procura de uma vida digna, não apenas para si, mas para toda a sua família, principalmente no mundo do trabalho.

Gonzalez (2020) nos propõe utilizar uma metodologia que visa ampliar os nossos olhares e investigar, a partir das produções de conhecimento dos grupos subjugados, uma vez que os padrões cis-hetero-patriarcais brancos que validam as produções acadêmicas, nos

aprisionam nas relações de poderes e nos ditam quais produções e metodologias são legitimadas como válidas.

Moreira (2018) nos ajuda a pensar nos percursos trilhados pelo feminismo negro, como segmento político e social, a partir de um conhecimento e de uma tomada de consciência aprendida no cotidiano das mulheres negras que nos diferenciam das mulheres brancas. Na mesma direção da importância de nos percebermos e desconstruirmos a noção de categoria “mulher” como sujeito universal, Moreira (2018) também nos convida a desconstruir a categoria “mulher negra” como pessoas homogêneas; assim, a comparação, aqui, entre essas amefricanas se dará mais no plano sociológico do que histórico, pois os corpos das mulheres negras atravessaram séculos de violências estruturais e de resistências a essas mesmas violências.

Seguindo o raciocínio de Moreira (2018), é importante traçarmos os aspectos que atravessam de forma semelhante todas as mulheres negras, mas, também, é necessário termos cuidado para não cairmos nos discursos que nos essencializam, como se todas as mulheres negras tivessem as mesmas experiências e fossemos homogêneas ocupando os mesmos espaços.

Assim como Fulô do Panela, Dionísia de Oliveira Silva e outras mulheres negras que protagonizaram a cena pública com suas redes econômicas e sociais (NOGUEIRA, 2013;2016), iremos analisar, nos capítulos seguintes, que essas mulheres que ocupam as mídias digitais em pleno contexto do século XXI, no ano de 2021, trazem características e uma memória cultural passada por gerações, traços e estratégias implementadas de “afroempreendedorismo” ou de outras denominações do “empreender negócios” que Dona Dió do Acarajé deixou em seu legado ancestral e cultural na cidade de Vitória da Conquista há mais de 50 anos. Isso é uma hipótese a ser discutida.

Em consonância com tais perspectivas, a pesquisadora Rosângela Athayde (2020), uma mulher negra e afroempreendedora, há mais de 20 anos, na Feira Preta em Salvador, compreende o afroempreendedorismo de mulheres negras como forte mecanismo de resistência social contra uma alarmante desvantagem econômica do cenário brasileiro, mas, principalmente, defende que o afroempreendedorismo é um fenômeno mais amplo de um legado ancestral.

Athayde (2020) buscou, a partir do estudo de três Feiras Pretas, como a do Rio Vermelho, Campo Grande e a das Yabás, elementos que fundamentam as potencialidades e o ativismo das mulheres negras em suas atividades econômicas.

O afroempreendedorismo, assim, se converte em um fenômeno econômico e cultural que busca formalizar o protagonismo, a criatividade e o trabalho da população negra. Nesse aspecto empreendedor, produtos e serviços são criados por pessoas negras, para pessoas negras ou não (ATHAYDE, 2020, p. 17).

Lemos (2019), em seus estudos sobre a indústria criativa e o saber tradicional, salienta como a população negra utiliza do saber ancestral como formas de reparação e mudança de uma identidade positiva e, também, como uma forma de ter um retorno financeiro. Rezende, Mafra e Pereira (2018) percebem os empreendimentos de salões étnicos como uma forma de valorização da estética negra e enfatizam que a nossa sociedade tem suas raízes alicerçadas no sistema colonial, o que justifica as conquistas europeias apoiadas em uma política de dominação pautada na hierarquia das raças, sobretudo pela estética.

Esse pensamento da inferiorização da população negra fez com que, mesmo após o fim da colonização, fosse continuada uma estrutura social de dominação política e econômica, renegando qualquer forma de sistema diferente das regras, até então, estabelecidas.

Barreto (2013) compreende o empreendedorismo exercido por pessoas negras como uma espécie de agenciamento. Essa visão de agenciamento tem uma conexão direta com várias trajetórias de mulheres negras na África e na Diáspora, que assim como Fulô do Panela e Dona Dió do Acarajé, adentravam não apenas as esferas econômicas, mas articulavam relações políticas e econômicas dentro do sertão baiano.

O empreendedorismo de mulheres negras, analisado a partir dos estudos atuais, nos possibilita entender as atividades exercidas pelas mulheres, historicamente, como empreendedorismo, pois sabiam fazer contas, colocavam os valores nos seus produtos, negociavam com seus senhores, passavam uma parte do que vendiam, e a outra parte ficava para si. Essas demandas estão dentro dos eixos do empreendedorismo.

A historiografia de mulheres que remodelavam as narrativas, por meio das perspectivas das mulheres ocidentais, em uma divisão sexual do trabalho, por categorias fixantes, heteronormativas e construídas, leva-nos a perceber que o sexismo e o racismo são basilares para as formas de dominação, já que o discurso da real condição feminina é perpassado pelas virtudes da “mulher de verdade” ligadas a ideais de pureza, domesticação, submissão e piedade, e reserva à vida privada.

Diante dessa abordagem e das contribuições dos pilares da amefricanidade, nos propomos a compreender a história de Vitória da Conquista a partir das experiências das mulheres negras, já que a [...] “memória hegemônica do município não fugiu à regra reiterada pela qual se consolidaram personagens históricos, míticos, dotados de fé e de civilidade, que comumente podem ser observados em outros momentos e lugares da história brasileira” (OLIVEIRA, 2012. p. 75). Encontramos a potencialidades das mulheres negras que refazem as suas histórias diante das desigualdades raciais, sociais e de gênero. É o que discutiremos a seguir.

2.1 Encenando uma cidade negra: ativismo e afroempreendedorismo em Vitória da Conquista

Os movimentos e organizações de mulheres negras têm lutado e vêm apresentando como os marcadores de gênero e raça atravessam, de diferentes maneiras, os seus corpos, sobretudo, nas realidades e atividades cotidianas. Desse modo, as pesquisadoras feministas negras, ao sugerirem a Teoria do Ponto de Vista, defendem que existe uma potencialidade existente nas narrativas das realidades cotidianas de mulheres negras, em que tais contribuições permitiriam refletir sobre os lugares que elas ocupam dentro das estruturas sociais.

Os discursos construídos pelas mulheres negras sobre suas realidades e sobre os seus afazeres não estão deslocados dos significados e das potências da autodefinição da população negra e, nesse estudo, de modo especial, a autodefinição e autovalorização das mulheres negras.

Em Vitória da Conquista, cidade que seguiu a lógica majoritária de outras cidades brasileiras, que foram pensadas e organizadas para estabelecer e enaltecer a civilidade do homem branco-cis-hétero-patriarcal e cristão e, por consequência, colocaram à margem outros corpos e manifestações culturais que fogem à regra estabelecida, ganha novas abordagens históricas com o surgimento pesquisas que ressignificam e resgatam a valorização da cultura afro-brasileira, principalmente, as vinculadas às imagens de mulheres negras que foram, por muito tempo, distorcidas, apagadas ou estereotipadas, e que só recentemente, reacenderam no cenário conquistense como protagonistas (NOGUEIRA, 2017).

Esse contexto está atrelado ao processo de urbanização da cidade, em que os fatores políticos, econômicos e sociais, bem como toda a diversidade étnica, impactaram de forma

grandiosa as relações sociais em Vitória da Conquista. É um contexto, também, em que as mazelas sociais ganharam um contorno de uma visibilidade ainda maior. Em suas análises, Medeiros (1977) explica que:

A cidade modificou-se também para, dentro de seu espaço físico, separar suas classes sociais. Assim, o aglomerado urbano como que desenha fisicamente a sua realidade social. Está fixando definitivamente a separação entre ruas e bairros ricos e ruas e bairros pobres e a cidade mostra sua verdadeira face (MEDEIROS, 1977, p. 09).

Embora os dados precisem ser atualizados, até o ano de 2015, por exemplo, em Vitória da Conquista, 24 comunidades quilombolas haviam sido certificadas pela Fundação Palmares, número expressivo em relação às demais localidades, visto que ocupa a segunda posição referente à quantidade.

Como resultado do sistema opressivo colonial, a população negra de Vitória da Conquista está concentrada nas áreas periféricas da cidade e nas comunidades rurais, regiões de precarização habitacional e pouca assistência aos serviços públicos. Quando chegam aos espaços urbanos, ainda com resquício de um sistema colonialista, essa população tenta se enquadrar nos valores de uma beleza branca, ou era invisibilizada.

É por meio do processo de luta, resistência e valorização da cultura negra, bem como os seus impactos na construção da sociedade, que conseguimos compreender a importância do afroempreendedorismo. Por meio das pesquisas de Nogueira (2017), foi possível perceber que o processo de resistência e valorização da cultura afro-brasileira é demarcado a partir do processo de urbanização. De acordo com a autora, nesse período, as transformações físicas eram evidentes, entretanto, a exigência de um espaço de lazer e cultural transparecia como “civilidade”, que por ora esses espaços atendiam estritamente à elite conquistense.

Os ordenamentos jurídicos tratavam de manter as hierarquias sociais da cidade, estabelecidos por meio dos controles e manutenção da “civilidade” eurocêntrica. Portanto, estavam proibidos, com base no Código de Postura Municipal de 1954, as manifestações de candomblé, batuque e samba, sob a pena de multa e prisão a quem infringisse a ordem, a moralidade e o sossego. Dessa forma, as culturas da população negra e indígena estariam aos poucos sendo apagadas e silenciadas, como explica Nogueira (2017):

[...] Os divertimentos de origem cultural popular afro-brasileira foram apresentados como ameaça à moralidade e o sossego público, sem espaço para as suas manifestações, diferente dos demais divertimentos que se enquadravam em outro capítulo do ordenamento, especificando que

precisava apenas de licença da Prefeitura, evidenciando o critério segregacionista das autoridades municipais (NOGUEIRA, 2017, p. 179).

Essas manifestações culturais eram praticamente os únicos momentos de lazer da população negra. Nogueira explica que em 1950, em Vitória da Conquista, os cordões de batucadas começaram a sair nos festejos carnavalescos até 1978, quando transformado em Escolas de Samba como sinal de resistência afro-brasileira, saindo às ruas em 1979 e sendo reconhecida como entidades de utilidade pública em 1980.

Durante esse período, era possível perceber a distinção entre as classes sociais, a partir das escolas de samba e dos percursos territoriais da cidade. Os blocos afros limitavam o seu percurso na avenida Bartolomeu de Gusmão, fazendo o itinerário onde existia a concentração das residências da população desfavorecida economicamente, por outro lado, os trios da elite conquistense só faziam percurso nos bairros considerados da elite.

Com as transformações políticas, em 1996, com a tentativa de transformar as escolas de samba em blocos afros para que tivessem o mesmo segmento que os demais, aos poucos os blocos foram dispersando e acabando. As festas populares foram se tornando de elite, e os blocos com trios elétricos começaram a cobrar para a participação em festas fechadas, o que os tornaria inacessíveis a todo o público. Em 2008, finalizaram por completo os festejos carnavalescos.

Dos blocos afros, o único que resistiu até o final das micaretas foi o bloco denominado “Ogum Xorokê” que saía pelas ruas da cidade contagiando com sua percussão bem marcada. A “Lavagem do Beco”, festa que abria os carnavais e micaretas da cidade também permaneceu até último ano com a liderança de Dona Dió e a participação do “povo de santo” da cidade (NOGUEIRA, 2017, p. 180).

A valorização da cultura da população negra, através dos blocos afros e das vestimentas do povo-de-santo, saindo às ruas em Vitória da Conquista, demonstram uma ação mobilizadora contra a tentativa de silenciamento e embranquecimento da população. A cena empreendedora negra, em Vitória da Conquista, possivelmente se inicia a partir desses elementos de valorização da cultura negra nos blocos carnavalescos e no comércio por meio da ação de Dona Dió, com as vendas de acarajé (NOGUEIRA, ID).

Essas manifestações garantiram que as raízes culturais da população negra não fossem apagadas. O afroempreendedorismo não está restrito apenas ao ato econômico, mas está ampliado para as questões culturais e sociais. Nas palavras de Nascimento (2018, p. 2) “Os afroempreendedores, em sua maioria, afirmam a luta contra o racismo, promovem a

visibilidade positiva da identidade negra, realizam atividades voltadas para o empoderamento estético e identitário da população afro-brasileira”.

Em sua pesquisa da dissertação, denominada “Meu dinheiro tem Cor: Afroempreendedorismo brasileiro e identidade”, Nascimento (2020) apresenta as diversas formas de atuação do empreendedorismo na contemporaneidade. As discussões apresentadas pela autora contrapõem a percepção do empreendedorismo clássico, pensado apenas pela ótica ocidental, e amplia para o olhar interdisciplinar que leva em consideração as particularidades históricas, culturais, políticas, sociais e econômicas do fenômeno estudado.

A partir dessa compreensão, a autora nos apresenta cinco noções sobre o conceito de empreendedorismo: o social; o empreendedorismo coletivo; empreendedorismo cultural; economia criativa; e empreendedorismo étnico. Entretanto, aponta que essencializar o afroempreendedor/a como aquele/a que utiliza seu negócio como estratégia única de combate ao racismo, poderá limitar a sua dimensão e complexidade. E exemplifica que “como os empreendimentos negros de maior visibilidade são os relacionados à produção cultural (arte cênicas, música, artes plásticas, moda, design entre outros), o empreendedorismo cultural não poderia ser excluído da análise” (NASCIMENTO, 2020, p. 43).

Segundo Silva (2018), essas reflexões apresentam-se logo no contexto histórico dos anos de 1970, para uma análise da economia global imersa a partir da cultura e da diversidade dos movimentos sociais. No cenário brasileiro, os coletivos negros discutem o lugar que a cultura ocupa como estratégia de conscientização e mobilização. Essas pautas não estavam restritas apenas ao Brasil, pelo contrário, o movimento de mobilização negra na Diáspora africana apresenta muitos reflexos do que se encontrava na política internacional nos Estados Unidos, a exemplo, o próprio movimento Black Power.

Tendo em vista uma reconfiguração das práticas políticas, em meio ao processo de redemocratização do país, no esforço de promover a identificação da população negra na constituição de um movimento de caráter nacional, a categoria polimorfa “cultura negra” torna-se fundamental na composição de experiências de resistência contra a opressão e de luta contra a discriminação racial (SILVA, 2018, p. 15).

Ao falarmos de afroempreendedorismo e de cultura negra nesta pesquisa, precisamos retomar as histórias conectadas a um cenário histórico, imbricado nos movimentos sociais negros que discutiam, a partir das ações, a conscientização política e a valorização da estética negra de forma geral. Nos anos 2000, no Brasil, apresenta-se uma nova movimentação com as implementações das políticas de ações afirmativas e a entrada significativa da população negra nos espaços acadêmicos, do mesmo modo, com as movimentações das políticas da

cultura, as discussões são distintas das que anteriormente existiam a respeito do sujeito possuidor de direitos.

Segundo Silva (2018), esse novo sujeito de direitos agora é visto como “mediador” de discursos sobre a relação entre cultura e mercado, modificando bastante a dinâmica existente do engajamento político. Sobretudo, porque o empreendedor da cultura começa a ganhar um certo protagonismo na sociedade.

Os novos estudos, como o de Silva (2017), sobre a valorização da estética negra, bem como, da economia desse grupo específico, demonstram que em cada contexto histórico e político, esses avanços vão ancorando e ganhando uma nova dimensão, mas que não está desvinculada das movimentações dos anos de 1970 e 1990, com o ressurgimento do movimento negro-político-cultural, protagonizado pelos grupos negros; a saber, a abertura dos salões de beleza afro dirigidos à e pela população negra e crespa, os bailes realizados pelos blocos-afro e afoxés, em valorização à beleza da mulher negra e do homem negro; e um conjunto de ações e de movimentos ligados ao enaltecimento das culturas negras que surgirão décadas depois no cenário brasileiro, como o bailes de hip-hop, *o funk*, *o reggae*, *o Axé music*, o pagode baiano. Todas essas instâncias abriram caminhos para a ascensão dos/as empreendedores/as negros/as que tinham vinculação com o espaço da cultura negra.

O aumento de empreendedoras/es negras/os, conforme pesquisa de Silva (2017), nas chamadas *Feiras Pretas*, surgidas a partir de 2002, ou nos salões de valorização da estética negra, nas lojas e estabelecimentos que comercializam objetos e outros elementos relacionados à cultura africana e afro-brasileira, nos fornece indícios sobre como esse grupo de empreendedores/as passou a ampliar direitos, ancorado na dinâmica econômica e no turismo, com base em critérios étnicos e culturais.

A presença de empreendedoras negras, em Vitória da Conquista, nos leva ao entendimento de que o “ato de empreender” está associado à luta antirracista articulada à luta contra às desigualdades sociais e pelo bem-viver das mulheres negras e de suas famílias, elementos que percebidos por nós como reflexos de um contexto mais amplo dos movimentos negros. Em outras regiões do Brasil, desde o movimento hip-hop, recorrente no discurso de Vanessa Lopes, uma de nossas colaboradoras de pesquisa, até a Marcha das Mulheres Negras, ocorrida em 2015, na cidade de Brasília; e a Marcha do empoderamento crespo, presentes nos discursos de Maiza Ribeiro e Bruna Larissa, ocorrida em Salvador, nesse mesmo período (FREITAS,2018).

Ao afirmar que “A Marcha das Mulheres Negras conclama por um novo pacto civilizatório: descolonização das mentes, dos corpos e dos espaços frente às novas faces da

colonialidade do poder”, Figueiredo (2019) destaca a importância desse evento para o movimento de mulheres negras e para as empreendedoras negras.

Concordamos com Figueiredo (2019), já que a Marcha das Mulheres Negras em 2015, apresenta-se como um potencializador das transformações sociais, porque a partir desse marco histórico percebemos, em diversas regiões do Brasil, mudanças na perspectiva estética das mulheres e homens negros. Na visão da autora, essas mudanças ocorreram depois da Marcha do Empoderamento Crespo, realizado também por mulheres negras em Salvador em 2015.

Por meio dessas análises percebemos que as mobilizações em Vitória da Conquista, principalmente, no surgimento de estabelecimentos voltados para o cuidado estético da população negra, é fruto de um contexto mais amplo, defendido pelos movimentos de mulheres negras, sobretudo depois da Marcha das Mulheres Negras e a Marcha do Empoderamento Crespo em que a juventude negra na Bahia e em diversas regiões do país começaram a aparecer nas ruas das cidades, e nas redes sociais, assumindo os seus cabelos naturais, crespos e cacheados e fazendo uso de turbantes e acessórios outros, próprios das indumentárias africanas e afro-brasileiras (FIGUEIREDO, 2019, SILVA, 2017).

As contribuições desses movimentos sociais para que a juventude negra consiga usufruir das suas raízes, através das vestimentas, uso de turbantes, cabelos crespos e cacheados de todas as cores, tranças e outras técnicas capilares, enegrecendo as cidades, exigiram também dessa juventude uma profissionalização para sanar uma dificuldade e ausência que são próprias desse grupo.

Embora a estimativa (2012) da população que se autodeclara negra em Vitória da Conquista, corresponda a 65,06%,¹⁴, durante o período de desenvolvimento da pesquisa, foi possível perceber a inexistência de um mapeamento da quantidade de afroempreendedoras e da importância de um fortalecimento nessa nova forma de negócio para o combate às desigualdades raciais, sobretudo, com o apoio das administrações públicas. Os dados registrados de empreendedores apresentam somente a filtragem por gênero, em que o percentual de mulheres empreendedoras corresponde a 589%, enquanto que dos homens empreendedores representam 651%.

Para demonstrar o cenário recente referente ao afroempreendedorismo no ramo da estética em Vitória da Conquista, não podemos desvinculá-lo da importância dos movimentos sociais negros e das mulheres negras no contexto regional, pois estes foram fios condutores

¹⁴ <https://www.pmvc.ba.gov.br/dados-estatisticos/>. Acesso em 22 de abril de 2022.

para o ato de empreender das mulheres negras analisadas, e que as suas práticas estão atreladas ao ativismo e às atividades financeiras nelas vinculadas. No cenário conquistense, dois eventos administrados por mulheres negras apareceram como recorrentes nas narrativas das colaboradoras como potencializadores nas suas atividades: O movimento *Hip - Hop* feminino por meio da Casa U.Elo; e o *Encrespa Conquista*.

Vanessa deixa evidente que a abertura do salão “Nessyta Tranças” está atrelada a sua participação no movimento Hip-Hop feminino, desde a sua adolescência.

“[...]eu sou trancista, aqui, em Conquista já há bastante tempo, eu tranço cabelo desde 2002. Eu fui muito influenciada naquela época pelo movimento hip hop. [...]com uma liderança muito forte aqui, política, né, do movimento negro que é Suzete Lima, [...] E muito influenciada pela cultura negra, o hip hop é uma cultura de origem negra, norte americana, eu conheci as tranças nagô, as tranças. Por uma questão de pertencimento, eu sempre falo isso para as minhas clientes, eu me interessei e quis começar a trançar cabelo, porque tem toda uma história, né, relacionada a minha origem (VANESSA).¹⁵”

Assim como Vanessa, aponta que a abertura da casa U.elo foi um marco importante para iniciar o trabalho com as tranças, Bruna também relata sobre a sua participação na organização do movimento Encrespa Conquista, e como esse movimento inspira e mobiliza a comunidade negra em Vitória da Conquista, mostrando caminhos possíveis através da afirmação da negritude.

É, umas das organizadoras. A mentora, a dona do encrespa é Flor, que é a pessoa que idealizou, e é um movimento de empoderamento negro através do cabelo né, porque a maioria das meninas se empoderaram através de ter assumido o cabelo, foi uma se inspirando na outra [...] a gente não se inspira só em pessoas da grande mídia, nós somos inspirações para as outras (BRUNA LARISSA).¹⁶

As narrativas de Vanessa e Bruna nos permitem compreender que as suas atividades econômicas estão atreladas aos percursos individuais e coletivos de pertencimento étnico-racial, e isso se verifica na produção material e textual imagética e discursiva elaboradas sobre os corpos da maioria das mulheres negras investigadas. Encontramos discursos semelhantes entre elas: Vanessa, Maiza e Luiza quando relacionam as atividades empreendidas com as questões da autoimagem ou da representatividade negra. Isso pode ser visto nas expressões abaixo:

¹⁵Disponível em: https://www.instagram.com/nessytrancas/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

¹⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs>. Acesso em: 09-06-2021.

“[...]E eu não tinha isso antes, eu procurava referências pra eu poder me inspirar na maquiagem, e eu não encontrava mulheres negras que eu podia me inspirar ali, pra eu poder me sentir mais segura na hora da maquiagem. [...] Eu não quero trazer um novo padrão, eu quero que as mulheres sejam livres e, principalmente, as mulheres negras. Eu quero que elas se olham no espelho, e que elas valorizem os seus traços e as suas características. Não é só sobre a maquiagem, é sobre ter representatividade na maquiagem (LUIZA)¹⁷.”

Nesse sentido, transitar pelos caminhos pavimentados pelas empreendedoras negras demonstra duplos sentidos que envolvem os seus saberes-fazer, compreendendo que a busca pela sobrevivência material é também identitária. Para Soares (2009, p. 108), “A identidade refere-se à representação que o indivíduo tem de si próprio, que sofre mudanças ao longo do tempo e das relações de sociabilidade que dão sentidos e particularizam a sua existência”.

No contexto brasileiro, a questão da identidade da população negra foi forjada a partir de sistemas de opressões de diversas formas, da inferiorização intelectual, dos símbolos e da estética da população negra, em contrapartida, de uma exaltação e valorização de um padrão estético eurocêntricos. Entretanto, Figueiredo (2016) ressalta que a luta pela resistência, dos símbolos africanos e da estética da população negra já estavam presentes na agenda de discussões dos movimentos sociais negros, no Brasil, nos anos de 1960, levando-nos a compreender que todas as lutas travadas historicamente pelos movimentos negros continuam reverberando no afroempreendedorismo na contemporaneidade.

O Movimento “Encrespa Conquista” foi gestado por organizações de mulheres negras no grupo do Facebook que percebia a dificuldade de assumirem os seus cabelos naturais em Vitória da Conquista, por ser uma cidade conhecida como Suiça baiana¹⁸ e, conseqüentemente, ainda percebida como europeizada. Em 2015, na primeira edição do *Encrespa Conquista*, várias mulheres negras passaram a assumir a estética negra e desse evento muitas mulheres negras da organização tornaram-se empreendedoras com produtos voltados para a valorização da cultura afro-brasileira.

¹⁷Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290241797798928893_647452748&igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em 04-02-2022.

¹⁸ Vitória da Conquista é apelidada como Suiça baiana por ter um clima frio e seco.



Imagem 7: Participantes do evento do Encrespa Conquista.
Fonte: <https://www.facebook.com/search/photos/?q=enrespa%20conquista> acesso em 23/03/ 2022.

Esse registro foi postado no ano de 2018, acreditamos que na terceira edição do *Encrespa Conquista*, e encontramos um número significativo de mulheres e homens que já assumiam os cabelos crespos e cacheados.

Bruna, Maiza e Luiza, em suas plataformas digitais, discutem diversos temas como: transição capilar, *big chop* e cuidados da beleza e autoestima da população negra, além de racismo e tantos outros temas por acreditarem que esse processo de assumir a negritude, por meio da imagem, faz parte de um processo mais amplo do que apenas a estética. Isso aparece, também, no discurso de Bruna: “No período da transição, acontece uma transição interior também, porque você vai amadurecendo para causas, você vai entendendo a questão do preconceito racial [...] é o período que a identidade racial chega [...] e vai ganhando resistência¹⁹.”

Maiza comunga da mesma compreensão e enfatiza como a descoberta do ser negro na sociedade nos leva para outras compreensões dos corpos marginalizados: “não é só a questão

¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

do cabelo, cabelo é só um ponta, tem a questão do corpo também que não é aceito em muitos lugares e assim a gente está aqui hoje para poder mudar essa questão desse padrão”²⁰

Esse processo de construção da identidade étnico-racial da população negra também é abordado por Neuza Santos (1983), visto que a autora analisa os efeitos do racismo nesse processo. Quando Santos (1983) afirma que o racismo é perverso, e faz com que as pessoas negras internalizem os seus efeitos durante o seu processo de construção da subjetividade, também sinaliza que essa construção só é possível porque há uma norma organizacional que aponta quais são os corpos e elementos culturais aceitáveis na sociedade, criando, desse modo, barreiras de exclusões do outro, nesse caso específico, à população negra.

Kilomba (2019) pontua grandes contribuições sobre a construção da subjetividade da população negra:

No mundo conceitual *branco*, o *sujeito negro* é identificado como *objeto “ruim”*, incorporando os aspectos que a sociedade branca tem reprimido e transformado em tabu, isto é, agressividade e sexualidade. Por conseguinte, acabamos por coincidir com a ameaça, o perigo, o violento, o excitante e também o sujo, mas desejável — permitindo à branquitude olhar para si como moralmente ideal, decente, civilizada e majestosamente generosa, em controle total e livre da inquietude que sua história causa (KILOMBA, 2019, p. 37).

No que concerne às mulheres negras, essa compreensão da afirmação da identidade étnico-racial precisa ser analisada a partir dos marcadores de gênero, raça, classe e sexualidade, e outros que se aproximam das perspectivas de Soares (2009) e Hall (2019), no entendimento de que as identidades são mutáveis, visto que um conjunto de símbolos — os discursos, as imagens sobre os próprios sujeitos, suas percepções sobre o outro — sofrem mudanças de acordo com os espaços que as pessoas estão inseridas.

As aspirações atribuídas às práticas empreendedoras ligadas à afirmação de identidades negras aparecem na maioria das falas analisadas, ilustradas, por exemplo, no discurso de Bruna, quando diz que “[...] a partir desse trabalho, eu já faço um trabalho de trabalhar a autoestima de mulher negra”.²¹ Tais compreensões também aparecem no discurso de Maiza:

“Minha história hoje não foi somente de superação, mas de descoberta, eu descobri que meu cabelo foi um marco na minha vida, a partir dele que eu

²⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

quis cuidar de outras mulheres, ensinar a elas a se amarem, tudo o que eu faço é por amor, é para ensinar aquelas crianças a não passar pelo que o que eu passei, é para ensinar a cada uma cuidar do seu cabelo do jeito que ele é.”

Analisar as narrativas de Bruna e Maiza nos ajuda a perceber, ainda mais, como as mulheres negras, de modo específico, desenvolvem tecnologias para sanar as suas próprias dificuldades. Atualmente, é perceptível nas propagandas de televisão, nas plataformas digitais e revistas como a indústria capitalista se apropria dos elementos simbólicos da população negra como mecanismo de gerar renda para as grandes empresas capitalistas.

Essa manipulação capitalista, principalmente, em formular produtos propagando facilidade, redução de frizz capilar e amoliência, seduz a população negra “crespa e cacheada” a consumir exacerbadamente uma variedade de produtos, muitas vezes, produtos com química que faz com que esse grupo específico se enquadre novamente em um padrão mais fácil de ser aceito na sociedade — “Os famosos cachos perfeitos”. Maiza relata a importância de aceitar o corpo “ensinar a cada uma cuidar do seu cabelo do jeito que ele é”, assim como Bruna, que é digital influencer, na perspectiva de ajudar as mulheres negras a valorizarem os seus traços negros, propõe uma mudança de narrativa contra uma nova imposição de padrão estético, alertando para um consumo consciente.

Diversas discussões apresentadas por pesquisadoras feministas negras têm mostrado que o cabelo crespo e cacheado se apresenta como símbolo da afirmação da população negra. Do mesmo modo, aponta-se que, historicamente, o cabelo crespo fez parte de uma construção de estereótipos negativos construídos sobre a população negra (FIGUEIREDO, 2019). As narrativas apresentadas pelas colaboradoras demonstram que os seus trabalhos vão além de ser uma atividade econômica, é um espaço de acolhimento e afeto, já que por muito tempo, os traços e os cabelos crespos eram vistos como depreciativos, como algo ruim, negativo.

Não por acaso que expressões como “ninguém dá conta do cabelo crespo”, “lidar com o cabelo” são colocadas por Gomes (2008) como expressões emblemáticas, pois apesar de poderem ser compreendidas em diferentes significados, nos contextos das relações sociais capitalistas, essas expressões nos remetem ao trabalho, a um fardo, retirando qualquer possibilidade de perceber o cabelo crespo como realização pessoal.

Contudo, a universalização da experiência social do trabalho não pode prescindir da particularização racial e do seu significado na realidade do negro. Para o negro, a idéia de labuta, sofrimento e fadiga faz parte de uma história ancestral. Remete à exploração e à escravidão. Assim, a expressão “lida”, numa perspectiva racial, incorpora a idéia de trabalho forçado e coisificação do escravo e da escrava (GOMES, 2008 p. 7).

Gomes (2008) acrescenta, ainda, que essas expressões, durante o período colonial, eram utilizadas para diminuir a cultura da população negra escravizada. Figueiredo (2019) ressalta essa desvalorização no mercado das aparências:

Por esse e por outros motivos é que historicamente os negros vêm sendo vitimizados no mercado de aparências ou no mundo da beleza, uma esfera marcada de modo contínuo na construção de estereótipo negativo associados aos fenótipos negros, considerados feios, principalmente nos contextos em que há fortes e significativas desigualdades étnico-raciais (FIGUEIREDO, 2019, p. 2010).

Por esse motivo, percebemos nos discursos das mulheres negras, que exercem as suas atividades como afroempreendedoras, uma resistência e autodefinição, a partir do trabalho com a estética. Freitas (2018) analisa em sua pesquisa que os corpos negros assumem uma dinâmica de resistência dentro de uma sociedade racista que nega a percepção de beleza a essa população.

Nessa perspectiva, entendemos que dentro e fora dos movimentos de afirmação da estética negra, o corpo assume um novo lugar, a partir das marcas de resistência, numa proposta de transgressão dos padrões estéticos estabelecidos em oposição à cultura eurocêntrica, colonialista, racista e sexista (FREITAS, 2018, p. 16).

Fomentar as discussões sobre a importância da valorização da estética da população negra, dentro dos espaços de trabalho, produz para esse grupo formas de resistência e uma sociedade que discrimina as suas características físicas, principalmente quando as toma como critérios de seleção, na oportunidade de empregos. Na narrativa de Bruna, essas opressões se manifestaram no ambiente de trabalho. Ela expõe uma situação de racismo:

“E a gente tem que aprender a lutar pelo nosso espaço, pelos nossos espaços de direito, a gente não está querendo nada demais, não é ousadia demais eu reclamar, porque eu passei por uma entrevista para trabalhar em uma clínica na recepção e a moça me pediu para eu diminuir o volume do meu cabelo[...] Então assim a gente tem que lutar mais para assumir nossa identidade (BRUNA)²².”

Evidentemente, o ato de empreender exercido pelas colaboradoras direcionam para diversos atravessamentos de afirmação e autovalorização da estética negra, mas também aponta para denúncias sobre discriminação ocupacional, tão comuns nas pesquisas referentes ao mercado de trabalho para pessoas negras. Nas palavras de Gonzalez (2020, p. 38), “tais

²² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

condições nos remetem ao mito da democracia racial enquanto modo de representação/discurso que encobre a trágica realidade vivida pelo negro no Brasil.”

Essa experiência de negação do trabalho, devido aos traços étnicos apresentados, longe de ser uma experiência isolada, nos mostra como o racismo se apresenta em cada contexto e geração. A Historiadora Giovana Xavier Côrtes (2013) faz um estudo importante sobre a indústria de cosméticos voltados especialmente para a população negra nos Estados Unidos, no final do século XIX e início do século XX, a partir da análise da trajetória de mulheres negras, que nesse período, eram conhecidas como “Empresárias da Raça”.

Com efeito, Côrtes (2013), amparada pelos estudos da história social, nos apresenta os mecanismos utilizados pela população negra para construir a indústria da beleza negra em um contexto em que as teorias eugenistas na sociedade estadunidense reverberavam com força. Os traços fenotípicos e os cabelos das mulheres negras no contexto citado acima, não atendiam aos padrões de beleza estabelecidos. Segundo a autora:

[...]menos do que tornar-se branco, as narrativas do mercado da beleza tiveram papel importante na reconstrução da feminilidade negra e também na criação de um sistema colorista que hierarquizava os afros americanos, em especial as mulheres, com base na aparência clara ou escura, no cabelo crespo ou liso, nas feições finas ou grossas. Isso tudo era feito dentro de um modelo de beleza eugênica, criado e alimentado pelo mundo negro como resposta ao racismo que seus integrantes experimentavam cotidianamente e não pelo simples desejo de se tornar branco (CÔRTEZ, 2013, p. 17).

Seguindo a compreensão das ativistas e intelectuais negras, entendemos a criação de salões afro, por mulheres negras em Vitória da Conquista, semelhante ao que Nilma Lino Gomes (2008) caracterizou como “espaços culturais, corpóreos, estéticos e identitários”, por esses espaços propiciarem reflexões profundas sobre as relações étnico-raciais. Segundo Gomes (ID):

Estamos, portanto, em uma zona de tensão. É dela que emerge um padrão de beleza corporal real e um ideal. No Brasil, esse padrão ideal é branco, mas o real é negro e mestiço [...] A consciência ou o encobrimento desse conflito, vivido na estética do corpo negro, marca a vida e a trajetória dos sujeitos (GOMES, 2008, p. 03).

A quantidade de estudos sobre o empreendedorismo da população negra como afirmação da identidade étnica tem aumentado no Brasil. Silva (2018) expõe as atividades desenvolvidas por esse grupo como uma dinâmica de mercado que vem sendo mobilizado e potencializado pela publicização da luta política contra o racismo, contra o patriarcado e contra a exclusão social da população negra. As mulheres Negras, como afirmaram

Figueiredo (2019), Freitas (2018) e Barros (2009), têm sido as principais mobilizadoras em prol do respeito e da valorização do nosso corpo negro nas plataformas digitais do ciberativismo e do ciberfeminismo, ativado pelas afroempreendedoras.

CAPÍTULO-3. RACISMO E SEXISMO: O FEED DA REALIDADE EMPREENDEDORA DE MULHERES NEGRAS

Este capítulo denominado “Racismo E Sexismo: o *feed* da realidade empreendedora de Mulheres Negras”, apresenta-se as narrativas recorrentes disponíveis nas plataformas digitais utilizadas pelas colaboradoras da pesquisa, sobre as motivações que as levaram a desenvolver as suas atividades.

Desse modo, nesse eixo, as mulheres negras relatam “Como tudo começou”, e a maioria das colaboradoras traz em suas falas pontos muito importantes que direcionam para uma discussão já apresentada pelas teóricas do empreendedorismo desenvolvido por pessoas negras, o empreendedorismo visto como necessidade, sem o mínimo de capital econômico para início dos negócios.

3. 1 Empreendedorismo segregador: “como tudo começou”, jornada empreendedora de mulheres negras em Vitória da Conquista - BA

Como podemos definir o *Feed*? Em uma breve retrospectiva dos estudos das plataformas digitais, Carlos d’Andréa (2020) discute que diferente das redes sociais, as plataformas fazem uso da lógica de conexão e as potencializam como parte de uma estratégia comercial, capaz de fazer com que as pessoas cadastradas (usuários) deixem os rastros das suas relações, desse modo, não estão desconectados dos aspectos materiais, políticos e econômicos.

Jurno e D’Andréa (2017) consideram que apesar dos *feeds* de notícias serem apresentados como atores que agem de forma objetiva e imparcial, o *feed* de notícias são provisórias e reelaboradas. O *feed* pode ser compreendido como a vitrine em que os usuários das plataformas online desejam apresentar, de forma personalizada, as questões que julgam importantes em formato de textos, *stories*, fotos, vídeos, *posts*, imagens.

No *feed* do Instagram, nos *stories* ou nos destaques dos perfis das colaboradoras da pesquisa, comumente elas se apresentam como empreendedoras. Há chamadas “como tudo

começou”, para narrarem os seus percursos até acessar os lugares que estão atualmente, aqui entendido como afro-negócios.

Ao apresentar um pouco das suas trajetórias em seus *Feeds*, as colaboradoras negras de forma consciente (ou não) nos apresentaram as múltiplas formas de ser uma mulher negra, o que as intelectuais feministas negras sempre defenderam. Desse modo, ser uma mulher negra na sociedade brasileira, e em diversas outras regiões da diáspora, significa que somos mulheres diversas e não homogêneas, mas que em algum momento, a partir dos intercruzamentos dos marcadores sociais, as nossas histórias se assemelham.

É desse ponto que retomemos os estudos de Lélia Gonzalez (2020), em “Cultura, etnicidade e trabalho: Efeitos linguístico e políticos da exploração da mulher”, visto que Gonzalez nos ajuda a pensar como o empreendedorismo é apresentado de forma clássica, individualista e elitista, e que os seus discursos sempre são pautados no “se você quer, você pode”. Tal discurso responsabiliza sempre as pessoas de forma individual pelo seu fracasso ou o seu sucesso, esquecendo das bases históricas das trajetórias da população negra no Brasil, já que a educação formal e produção de renda das pessoas negras não acontecem de forma linear.

Assim, ancorados nos estudos de Gonzales (2020), percebemos no *feed* das colaboradoras dessa pesquisa, as suas denúncias em faces das injustiças socioeconômicas, frente à divisão racial do trabalho. Entendemos essa perspectiva teórica ao analisar o discurso de Luiza “[...] eu não tenho vergonha nenhuma de falar que eu já passei por muita dificuldade, que eu já abri o armário e não tinha o que comer²³”. Lila aproxima-se da mesma experiência ao relatar que “[...] eu comecei a trabalhar como manicure dentro de casa mesmo para ajudar, comprar pão, comprar sabão, ajudar a pagar a luz, ajudar a pagar a água, comprar meu caderno, meu material escolar que já ajudava muito²⁴.” Apoiando-se nas narrativas de Luiza e Lila, em que ambas relataram que uma das principais motivações para adentrarem no mundo do empreendedorismo foi a emergência da necessidade de mudança na condição de vida, a fim de terem condições básicas para o sustento. Esse tipo de empreendedorismo “por necessidade” tem se desenvolvido pela maioria das pessoas negras no Brasil.

²³ Disponível em https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290244835397669100_647452748&utm_medium=share_sheet Acesso 04-02-22.

²⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

Coelho (2016) aponta que por não existir um conceito sólido que possa definir o empreendedor, torna-se difícil materializar, no entanto, a essência do empreendedor vai se constituindo. Reis (2021) traz uma ideia preponderante quando discute-se a urgência de estudos sobre o empreendedorismo desenvolvido pela população negra.

[...]Seja no ambiente formal ou informal, o que se percebe é que a ausência destes estudos e construção de dados criam uma amálgama capaz de pouco conectar outras performances empreendedoras em especial quando se trata de treinamentos e narrativas sobre o viés racial (REIS, 2021, p. 24).

Discutir a temática do empreendedorismo sem fazer a discussão racial é não levar em consideração a bagagem de significado do que esse grupo compreende por empreendedorismo, juntamente com toda a sua trajetória econômica, política e cultural.

Segundo Reis (2021), a temática do empreendedorismo está ao alcance de e em diferentes setores e áreas do conhecimento, como cultura, história, agricultura, desenvolvimento, pobreza, emprego, sustentabilidade, direitos que visam problematizar e compreender esse fenômeno no século XXI.

As experiências relatadas por Lila e Luiza não diferem das experiências da maioria das mulheres negras, que devido a sua condição ser de extrema pobreza, precisaram ingressar no mundo de trabalho, muito cedo, em condições de exploração, humilhação e piores salários, perpetuando e reproduzindo as injustiças raciais.

O que se opera no Brasil não é apenas uma discriminação efetiva; em termos de representações sociais mentais que se reforçam e se reproduzem de diferentes maneiras, o que se observa é um racismo cultural que leva, tanto algozes como vítimas, a considerarem natural o fato de mulher em geral e a negra em particular a desempenharem papéis sociais desvalorizados em termos de população tipicamente ativa (GONZALEZ, 2020, p. 42).

No caso específico das mulheres negras, Gonzalez (2020) enfatiza, ainda, que por não conseguirem vislumbrar outras alternativas, as mulheres negras são as mais propensas a ficar sujeitas às prestações de serviços domésticos dentro de uma lógica em que se perpetua a internalização e inferiorização da categoria.

Ora, tudo isso recai no que o imaginário social racista e sexista nutre sobre os espaços reservados às mulheres negras, já que ainda na perspectiva da autora, os lugares de subserviência impostos às mulheres negras remetem ao período colonial escravocrata. Com efeito, essas mulheres possuem uma maior dificuldade de serem vistas e de se perceberem ocupando outros espaços sociais.

De acordo com outras autoras negras brasileiras, como Pacheco (2008), partimos da premissa de que os marcadores de raça e gênero são preponderantes para cristalizar as mulheres negras nos espaços invisibilizados e de desigualdade na sociedade. Investigar através da interseccionalidade como uma ferramenta de análise, não é uma discussão recente, antes mesmo do surgimento do seu conceito, as ativistas negras brasileiras e estadunidenses apontaram a sua potência para pensar e desenvolver mecanismos de resistência frente às desigualdades que atravessam o cotidiano das mulheres negras como: emprego, saúde, educação. Em uma breve citação, Collins (2021) enfatiza que:

Ao focar raça, gênero, idade e estatuto de cidadania, a interseccionalidade muda a forma como pensamos emprego, renda e riqueza, todos os principais indicadores de desigualdade econômica. Por exemplo, as diferenças de renda que acompanham as práticas de contratação, segurança no trabalho, benefícios relativos a aposentadoria, benefícios relativos a saúde e escala salariais no mercado de trabalho não incidem da mesma maneira sobre os grupos sociais (COLLINS, 2021, p. 33).

Não é uma falácia quando as intelectuais negras apontam que os inter cruzamentos dos marcadores de raça, gênero, classe, idade, sexualidade e outros impactam de forma diferente as vidas e a realidade cotidiana das mulheres negras.

No ano de 2021, as pesquisas realizadas pelo Centro de Pesquisa em Macroeconomia das Desigualdades-Made, na Universidade de São Paulo, por meio das análises dos marcadores de raça e gênero, indicam que antes da pandemia da Covid-19, 33% das mulheres negras no Brasil estavam na condição de pobreza e 9,2% na condição de extrema pobreza. Na sequência, a pesquisa aponta que 32% dos homens negros viviam em condição de pobreza, e 8,9% em extrema pobreza. Do mesmo modo, a pesquisa sinaliza que somente 15% das mulheres e homens brancos estão na condição de pobreza; 3,5 das mulheres brancas em extrema pobreza e 3,4% homens brancos na mesma condição. Tais pesquisas revelam que as mulheres negras continuam sendo as mais vulneráveis economicamente.

Ao voltarmos os olhares para os motivos que levaram a população negra a empreender, sobretudo, as mulheres negras, os dados e os próprios discursos das colaboradoras já nos respondem.

A ausência de um olhar minucioso e estratégico sobre a capacidade empresarial do cidadão negro, somada à discriminação, segregação social e racial e preconceito que, ao longo da história, tem inviabilizado o fortalecimento dos seus modelos de negócios, mostram quão assimétricas quanto à raça são as relações empreendedoras no Brasil (REIS, 2021, p. 30).

De acordo com Reis (2021), discutir a temática do empreendedorismo sem relacionar teorias e práticas que excluem ou fazem com a que a população negra permaneça em seguimentos inviabilizados, faz com que os mesmos grupos que detêm os meios de produção continuem com a concentração de riquezas.

Quando as colaboradoras verbalizam que as necessidades, também, impulsionaram a empreender desde a adolescência, estão dialogando com a realidade de inúmeras mulheres negras, principalmente mulheres negras que chefiam suas famílias, sendo levadas a empreender sem o mínimo de recursos possíveis, e a encarar altas jornadas de trabalho, ocupando-se de outras atividades.

Pelo que expusemos, a maioria das empreendedoras negras mães, a exemplo de Lila e Luiza, pontuaram em suas falas que no início das suas atividades tiveram que trabalhar em vários lugares para conseguir aumentar a renda. Lila: “[...] trabalhei em várias lojas sempre como vendedora e aí eu fazia a unha da dona de uma loja de cosméticos, [...] depois de alguns meses ela falou que ia precisar de alguém para colocar no balcão [...] ai fui trabalhar no balcão vendendo dermo cosméticos.²⁵”. Os discursos de Lila assemelham-se aos de Luiza quando ela narra: “O que eu mais fazia mesmo era panfletar no sinal, trabalhava de manhã e à tarde. [...] fiquei na make-up um tempo, sai de lá, comecei a trabalhar em um salão, em uma loja de roupas e depois trabalhava nesse salão e a noite trabalhava na portaria do fuso horário, e nos dias que dava eu fazia algumas ações, tipo trabalhei para a vivo uma época²⁶.”

Em vista disso, o que se percebe é uma sobrecarga de trabalho dessas mulheres, ocupando várias atividades, e como resposta à mudança de realidade, uma perpetuação de um empreendimento a partir da narrativa do que representaria o nada em prol da sobrevivência. A relação do empreendedorismo por necessidade atravessará, de alguma forma, as atividades das mulheres negras em Vitória da Conquista, mesmo identificando um grau de afinidade para aquelas atividades impulsionadas.

Em suma, o Feed pensado a partir da perspectiva do Instagram apresenta, na maioria das vezes, para quem o utiliza como finalidade de desenvolvimento profissional, um espaço de demonstração de uma realidade perfeita, de pessoas engajadas, uma vitrine de pessoas

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

²⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290241797798928893_647452748&igshid=YmMyMTA2M2Y= Acesso em: 04 de fevereiro de 2022.

bem-sucedidas, mascarando o que está nos bastidores. Mas no *feed* das mulheres pesquisadas demonstramos as dificuldades encontradas por um conjunto de mulheres negras empreendedoras que iniciaram seus negócios, por necessidade.

3.2 Empreendedoras negras e/ou Afroempreendedoras – mulheres negras se autodefinem

Para as mulheres negras, resistir fazendo algo que “não se espera” delas não seria possível se não rejeitassem as *mammies*, as matriarcas e outras imagens de controle. Quando combinados, esses atos individuais de resistência sugerem que as mulheres negras têm uma consciência coletiva específica (COLLINS, 2019, p. 181).

Discutir a autodefinição de mulheres negras empreendedoras, no sertão baiano, está imbricado nos estereótipos atribuídos às mulheres negras de modo geral. As imagens de controle acima, pontuadas por Collins (2019), justificam as desigualdades sociais interseccionadas no sentido de naturalizar as opressões que perpassam as suas realidades cotidianas.

Collins (2019) tem discutido “O poder da autodefinição” com base nas experiências das mulheres negras norte-americanas, e no contexto brasileiro essas análises podem também ser replicadas, mesmo compreendendo que as relações raciais entre os dois países tenham ocorrido de maneira distintas, as imagens negativas que reverberam a população negra, e de modo específico as mulheres negras, continuam sendo munições danosas utilizadas pelo racismo e pelo sexismo.

Os percursos traçados e os caminhos escolhidos até as autodefinições das mulheres negras nos levaram a desenvolver esse capítulo, dado que, historicamente, a população negra sempre esteve relegada às piores condições em todos os âmbitos da vida cotidiana. Como discutido no capítulo anterior, as mulheres negras sempre enfrentaram maiores dificuldades para conseguir reerguer os seus negócios, mas sem perderem de vista os mecanismos de combate às injustiças, potencializando, assim, as formas como essas trabalhadoras fazem uso das suas experiências criativas, visibilizando as formas elas têm contribuído com o desenvolvimento social e econômico do país. Como explica Santos (2019):

Visto não apenas sob a lógica da sobrevivência, mas, antes e sobretudo, sob a perspectiva da resistência a condições históricas e sociais adversas, o ato de empreender praticado pela mulher e pelo homem negro nutre-se do propósito de tornar visíveis e senhores de seus próprios destinos aquelas e

aqueles que, durante muito tempo, foram invisibilizados, subalternizados e alijados de sua própria liberdade e vontade (SANTOS, 2019, p. 15).

Embora, esquematicamente, não nos isentamos de discutir a racialização da pobreza e da miséria, assumimos o compromisso de apresentar as narrativas das mulheres negras que fazem parte da pesquisa focalizando as estratégias de resistência e as suas autodefinições contra as situações sub-humanas. Por esse motivo, vale a pena apontar outros tipos de resistência gestados pelos corpos femininos negros que as autoras [negras] com muito expertise já registraram, sobretudo, no âmbito da educação formal e na luta pela sobrevivência, como mecanismo propulsor para mudança interpretativa e de mobilidade social da população negra.

Isto posto, o nosso movimento é traçar uma aproximação com discussão da autodefinição proposta por Collins, atrelada à discussão do afroempreendedorismo. A questão da autodefinição analisada por Collins (2019) está correlacionada com a noção de uma consciência construída coletivamente. De um certo ponto de vista, dentro de um contexto relacional, a identidade negra enquanto é perpassada, dentro de uma categoria sócio-histórica, por uma estrutura racista. Essa identidade compreendida, também, como identidade coletiva, é marcada por um conjunto de símbolos que demarcam as diferenças de um grupo e outro.

A demarcação da identidade coletiva pode ser definida pelo próprio grupo, por meio de sinais diacríticos autodefinidos, entretanto, dentro de uma sociedade marcada pelas diferenças, os sinais diacríticos também podem ser atribuídos por outros grupos, os quais o antropólogo K. Munanga (2012) irá definir como categoria de heterodefinição. É importante salientar que no processo de autodefinição e hétero-definição podem ocorrer contradições e disputas pelas formas como essas autodefinições e heterodefinições são postas na sociedade.

No caso brasileiro, a identidade coletiva da população negra se apresenta pela tomada de consciência da diferença entre os negros e os não-negros, pela tonalidade da pele, traços físicos, mas sobretudo pelas narrativas históricas comuns criadas pelo olhar ocidental que são atribuídas a esse grupo. Uma narrativa de estereótipos e desumanização na tentativa de extermínio dos corpos e dos elementos culturais que reverberam na tomada de direitos e alijam melhores condições de vida. Nas palavras de Munanga

Muitas de nossas identidades coletivas que se processam pelo discurso têm conteúdo e finalidades políticas, visando às mudanças na sociedade. Neste sentido, a identidade negra que reuniria todos os negros e todas as negras é a identidade política. Nela se encontram negros e negras de todas as classes sociais, de todas as religiões, de todos os sexos, porque juntos todos são vítimas da discriminação e exclusão raciais (MUNANGA, 2012, p. 13).

Visto desse ponto, ao analisar os discursos das mulheres apresentadas na pesquisa, o processo de tomada de consciência, como grupo, parte da percepção dos traços físicos, tonalidade da pele, mas sobretudo pelas histórias comuns que lhes atravessam enquanto negritude. É possível observar, na narrativa de Vanessa, Luiza e Maiza os fatores importantes para a escolha das suas atividades.

[...] sou uma menina de pele clara com vocês estão vendo e cabelo liso, infelizmente a textura não é das melhores, brincadeira, que tem essa origem de uma família preta, minha família é toda de origem negra e eu queria pertencer, fazer parte, me sentir parte da minha própria comunidade, e eu achei que as tranças seria esse canal, para que eu me sentisse mais dentro dessa minha realidade, eu me sentia meio uma estranha, mas enfim, comecei a trançar cabelo, gostei porque trabalhar diretamente com a autoestima das mulheres pretas (VANESSA).²⁷

Percebemos relatos semelhantes no discurso em um diálogo entre Maiza e Lila, em que Maiza relata que por Lila ser uma mulher negra, serviu de inspiração para que ela também se especializasse em cuidados com a pele negra.

[...] é quem você representa também, você é inspiração para muitas mulheres negras que têm dificuldade ainda de se encontrar e você querendo ou não foi uma inspiração pra mim, e assim outras meninas que também estão vindo e estão começando na área da estética, hoje a gente ainda vê poucas meninas negras entrando no curso de estética e em outros cursos também, mas assim, quando a gente vê lá ela se torna nossa referência, então assim, se ela consegue eu também consigo alcançar (MAIZA)²⁸.

A experiência comum no processo de construção da identidade negra vivenciada por essas mulheres, e a escolha das profissões são analisadas a partir da capacidade dessas mulheres de se autodefinirem diante das opressões que as atravessam, principalmente no que se refere à estética, como apontado por Vanessa. Já dizia Collins (2019, p. 181), “os pensamentos “íntimos” permitem às mulheres negras suportar e, em muitos casos, transcender os limites das opressões interseccionais de raça, classe, gênero e sexualidade”.

Transcender esses limites percebidos nessas narrativas é ter a consciência das opressões sofridas nas suas experiências e *girar a chave* ressignificando os caminhos que em algum momento foram de dores, estranheza, negação de si, para uma nova jornada de autodefinição e pavimentação de caminhos para outras mulheres negras. A autodefinição,

²⁷Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em 23 de janeiro de 2022.

²⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DEg84gE2YYk>. Acesso 01 de Janeiro 2021.

na perspectiva de Collins (2019), não é uma consciência individual, mas coletiva. Nesse sentido, a autora explica que talvez essa consciência seja a única esfera onde a liberdade se tornaria possível.

O processo de autodefinição caminha na contramão, ou melhor, em resposta às imagens de controle impostas às mulheres negras, “o conhecimento construído do ‘eu’ emerge da luta para substituir as imagens de controle pelo conhecimento autodefinido, considerado pessoalmente importante, um conhecimento muitas vezes essencial para a sobrevivência das mulheres negras” (COLLINS, 2019, p. 184).

Nesse sentido, analisando a partir da abordagem das epistemologias feministas negras, a noção de coletividade e solidariedade existentes entre as mulheres negras estão presentes nos discursos das próprias mulheres aqui analisadas. A consciência das opressões torna essas mulheres as responsáveis pelas suas próprias emancipações, a partir da construção de tecnologias, de ferramentas e modos coletivos de resistências ao racismo, ao sexismo e nos cuidados com os filhos e filhas, sobre as concepções de empreendedorismo e maternidade. Das colaboradoras da pesquisa, três delas são mães e nos apresentam, ainda que de forma tímida, como a maternidade aparece em seus percursos. Na experiência com maternidade, logo de início na trajetória inicial da formação de Lila, ela percebe que esse processo talvez poderia ser um empecilho para o seu desenvolvimento profissional:

[...] o momento mais difícil dentro da graduação, porque eu estava no segundo semestre, e aí eu descobri que estava gestante, eu tinha acabado de ser convidada para trabalhar na clínica de uma professora minha, que no primeiro semestre ela já falou, você vai para a minha equipe, eu falei olha já estou gostando desse negócio, e aí pronto estou gestante vou ter que parar tudo, vou ter que ficar dentro de casa, não vou dar conta com o barrigão, e começou ali um processo de frustração, porque o meu sonho de uma faculdade se frustrou por conta de uma gestação (LILA, 44 ANOS).²⁹

Já na narrativa de Luiza, a maternidade se mostra também como adiamento da oportunidade de trabalho em uma loja de cosmético tão desejada para o início do seu processo enquanto maquiadora. Por ser uma loja grande e de reconhecimento a nível nacional, o trabalho de Luiza poderia gerar visibilidade e reconhecimento para os seus negócios futuros.

²⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 10 de agosto de 2021

[...]eu já tinha feito entrevista para o Boticário, só que na entrevista, eu fiz o treinamento, fiz o curso até de auto-maquagem, eu acho que eu fiz, eu descobri que eu estava grávida. Já iriam assinar minha carteira na sexta-feira, então eu acabei desistindo antes que assinassem a minha carteira, falei com a dona, com o dono da o boticário e com a moça que era minha gerente né, e aí saí, aí eles falaram que quando eu tivesse pronta para voltar a trabalhar, depois que tivesse neném, depois que tivesse alguém para cuidar dele, que minha vaga estaria ali, tal (Luiza)³⁰.

Essas narrativas demonstram como a sociedade constrói e estabelece papéis a serem desenvolvidos pelas mulheres, e que a maioria das mulheres negras parte de uma perspectiva diferente do que se é esperado, muitas vezes, pelas próprias realidades sociais que estão inseridas. Diante do que foi exposto pelas colaboradoras, podemos inferir que as situações relatadas por Lila e Luiza configuram um dilema complexo da maternidade das mulheres negras. Segundo Collins (2019), “perdurarão e se novas linhas mestras, resistentes e culturalmente específicas, devem ser criadas para garantir a sobrevivência coletiva”.

Até a década de 1970 os estudos sobre maternidade das mulheres negras eram realizados por homens, independentemente de serem brancos ou negros, exercendo uma predominância de perspectivas ora machistas, ora racistas, sobre a maternidade exercida pelas mulheres negras.

Essas visões comumente culpabilizavam as mulheres negras por várias questões relacionadas à maternidade como: não assumir uma postura disciplinadora com suas filhas e filhos, ensinar as filhas o modelo esperado de feminilidade, eram culpabilizadas pelo atraso dos seus filhos adentrarem aos espaços universitários em relação aos filhos das pessoas brancas.

Essas acusações ocorriam principalmente quando essas mulheres eram divorciadas ou de famílias chefiadas por mulheres, cujos filhos nasciam fora do casamento. Algumas críticas foram realizadas pelas feministas nos anos de 1970 e 1980, pontuando essa visão sobre a maternidade que estava ocorrendo de forma deturpada e limitada, sobre a realidade vivenciada pelas mulheres negras. Entretanto, os estudos críticos das feministas sobre a maternidade também não pautavam os atravessamentos de raça e classe para a ampliação das discussões.

O debate sobre maternidade, até então, feito pelas feministas ainda estava concentrado em uma perspectiva de mulheres brancas e de classe média e, desse modo, não incluía as mulheres negras mães que exerciam atividades em suas casas e nas casas de outras pessoas.

30

Disponível em https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290244835397669100_647452748&utm_medium=share_sheet Acesso 04-02-22.

Dada a necessidade de um estudo interseccional, as feministas negras brasileiras e norte americanas questionaram expressivamente um aprofundamento nas questões que demarcavam a diferença entre as mulheres em termos de gênero, raça, classe, sexualidade e *status* de cidadania.

Essas diferenças percebidas, a partir do entrecruzamento dos marcadores sociais, produzem realidades distintas, inclusive para pensar a maternidade de mulheres negras em relação a mulheres brancas. De acordo com Collins (2019), o conceito de maternidade era central nas filosofias dos afrodescendentes, nesse sentido, a maternidade negra era tão vislumbrada que a percepção de que as mulheres negras ao se tornarem mães teriam que abdicar as suas vidas em prol do cuidado com seus filhos era inexistente.

Por ser uma construção histórica, muitos pesquisadores negros glorificaram a maternidade sem problematizar os desafios encarados pelas mulheres negras.

[...] Ao afirmar que as mães negras são ricamente dotadas de devoção, autossacrifício e amor incondicional- atributos associados á maternidade arquetípica-, os homens negros estadunidenses inadvertidamente fomentam uma imagem diferente das mulheres negras, ainda que pareça positiva. A imagem de controle da “mãe negra superforte” é um elogio á resiliência das mulheres negras em uma sociedade que frequentemente as retrata como mães ruins (COLLINS,2019, p. 293).

Collins (2019) acrescenta que para que prevaleça essa imagem criada sobre as mulheres negras mães, é preciso que essas mulheres se anulem para viver disponíveis para os seus filhos e filhas.

A romantização da maternidade das mulheres negras, ainda que de forma aparentemente positiva, projeta uma visão de que as mulheres negras conseguem aguentar o mundo nas costas, a figura de uma mulher negra super forte. A partir desse ponto, a maternidade das mulheres negras, muitas vezes, se apresenta como contraditória e complexa, e as imagens de controle (*mammy*, matriarca e mãe dependente do Estado) que são atreladas às suas experiências, têm o poder de oprimi-las.

Atrelada à maternidade e ao empreendedorismo, percebe-se uma sobrecarga ainda maior sobre as mulheres negras. Conciliar a maternidade aos seus trabalhos das atividades empreendedoras, visivelmente somatiza uma sobrecarga que, muitas vezes, conflitua ou se liga diretamente aos fazeres domésticos. É a problemática que se apresenta na narrativa de uma das colaboradoras cujo salão está inserido na extensão de sua casa.

[...] gente eu tenho uma filha pequena, então entendam, clientes, por favor, que estão chegando agora, mandam mensagens no instagram, no whatsaap,

eu demoro para responder, não é porque eu sou desleixada, é realmente uma questão de tempo, de força mesmo, de material humano, às vezes falta força para pegar o celular, você trançou o cabelo, tá ali 14 horas trabalhando e de noite você só quer descansar, mas estou dando o meu máximo, o meu melhor (VANESSA, 32 anos)³¹

Diante da diversidade do que é ser mulher negra, existem mulheres negras que percebem a maternidade como o empecilho para alcançar os seus objetivos, a sua liberdade, que explora o seu trabalho. Entretanto, existe um outro grupo de mulheres negras que percebe a maternidade como um crescimento pessoal, de desejo e realizações.

Essas contradições aparecem de forma muito potente na narrativa de Lila, quando fala que durante a sua gestação e até o momento de exercer a maternidade, ao imaginar a possibilidade de não poder ter a sua liberdade para exercer a sua profissão.

[...] então quando eu tive Benjamim, a tristeza veio assim de uma forma absurda, e aí o que eu mais amava que era estar na sala de aula, estar nas aulas práticas, estar conversando com todo mundo, eu parei de gostar disso, eu gostava de estética, eu já trabalhava, então eu dei todos os meus produtos. [...] A pinça dava vontade de jogar pela janela, eu amava fazer sobrancelha, mas eu não podia mais ver uma pinça, e o pior de tudo era que eu olhava para Benjamim e era como se eu pensasse ele é culpado por eu estar me sentido assim (LILA, 44 anos)³².

Entendendo a existência de várias perspectivas sobre a temática da maternidade negra, o que nos chamou atenção ao debruçar sobre a narrativa de Lila é como ela percebe o processo de adoecimento emocional após o parto, mas também o que significa engravidar logo no início da sua carreira. É comum nas discussões sobre empreendedorismo de mulheres negras, que são atravessadas também pela maternidade, um empreendedorismo ainda mais solitário e com menos chances de avanço nos negócios, sobretudo, por serem mulheres, negras e mães. Akotirene (2020, p. 63) aponta que “a interseccionalidade nos mostra como e quando mulheres negras discriminadas estão mais vezes posicionadas em avenidas identitárias, que farão delas vulneráveis à colisão das estruturas e fluxos modernos.”

As mulheres negras, desde muito cedo, como apresentado nas outras seções da pesquisa, tiveram que aprender a trabalhar, a lutar para estudar e ajudar no sustento de suas casas. Para Gonzalez (2020), as mulheres negras tiveram que carregar os fardos pesados nas

³¹ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em 23 de janeiro de 2022.

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DEg84gE2YYk>. Acesso 01 de Janeiro 2021.

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

costas, sendo vistas como as mulas do mundo, por exercerem um grande papel dentro de sua família e na comunidade.

Esses papéis ocupados pelas mulheres negras eram fundamentais para a sua própria sobrevivência e para ados seus filhos, já que iriam depender basicamente da sua existência no mundo. Para explicar essa dimensão, Collins (2019, p.324) afirma que “a dor de saber o que o futuro reserva às crianças negras, aliadas à sensação de incapacidade de protegê-las, é outra problemática da maternagem negra”.

O trabalho, para as mulheres negras, ocupa um ponto muito importante para garantir a sua liberdade e a dos seus filhos, para que estes não tenham a mesma realidade social que elas tiveram. É o que é representado, principalmente, na fala de Luiza, ao narrar os obstáculos encontrados durante a fase inicial do seu negócio: “[...] isso não me fez parar porque eu tinha um objetivo, o meu objetivo era mudar a realidade da minha família, se eu tivesse desistido eu não estaria aqui agora contando a minha história para vocês.³³”

O trabalho para as mães negras representa uma oportunidade de melhoria de condição de vida para os seus filhos, que elas mesmas não tiveram, do mesmo modo que representa um fomento de oportunidades. Lila tem essa percepção quando se vê na necessidade de trabalhar em outra cidade.

Foi um tempo que meu marido ficou desempregado, e aí alguém tinha que trabalhar, então só ficar fazendo design de sobancelhas em casa não tava dando certo e aí um amigo nosso que era diretor dessa empresa, ele me ligou e falou: Lila você não quer ser a nossa técnica? Você viaja ganha tanto por cada dia de trabalho, e você vai para Itabuna, vai para ilhéus. E aí eu sei que deu certo, eu comecei a trabalhar nas lojas, e aí tal dono de tal cidade falava também quero na minha loja, e me ligava Lila só dois dias, Lila só três dias, então foi um recurso que foi chegando, eu viajei durante um ano, para quem não queria nem sair da cidade, mas aí eu conversei com Júnior, ele entendeu, era um momento que Deus tava provendo mesmo para dentro da nossa casa, não foi fácil, deixar minha filha com dois anos e pouco, deixar meu esposo, sabendo que geralmente é o esposo quem saía, mas não houve inversão de papéis, por que eu falava júnior você concorda? (LILA, 44 anos)³⁴

O desejo da busca pela autonomia financeira das mulheres negras é ensinado desde a infância, de forma consciente, ou inconsciente. Em outras palavras, as mulheres negras ou

³³Disponível em https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290244835397669100_647452748&utm_medium=share_sheet Acesso 04-02-22.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 10 de agosto de 2021

verbalizavam para as suas filhas, ou filhos, a importância da autonomia financeira (Collins, 2019), ou ensinam através das suas experiências, na rotina cotidiana, quando essas mulheres precisarem sair para trabalhar. Visto desse ponto, na necessidade da busca pela autodefinição, pela autonomia financeira, as mulheres negras não são interpretadas como afetivas com os seus filhos, entretanto, é exatamente o contrário que elas exercem ao proporcionar o cuidado e a busca pela sobrevivência dos seus.

Ao contrário das mulheres brancas, simbolizadas pela “boa aparência” e pelo “cabelo na cintura”, as mulheres negras não contam com o benefício da proteção masculina. Assim, as mães negras buscam ensinar às filhas as habilidades que as levarão “onde elas quiserem” (COLLINS, 2019, p. 309).

São várias as estratégias utilizadas pelas mulheres negras para a proteção das suas filhas. Apesar dos desafios encontrados, de abrir mão dos seus sonhos e projetos individuais para desenvolver suas habilidades, a maternagem para muitas mulheres negras se apresenta ainda como um símbolo de esperança e de autodefinição. Quando a mulher negra mãe empreendedora consegue agenciar os seus negócios, retira o direito de outras pessoas exercerem sobre elas imagens de controle, sobretudo, tiram o direito de outras pessoas apontarem a sua dependência a uma figura masculina.

A “mãe depende do Estado”, como uma das imagens de controle presente no contexto norte-americano, discutido por Collins (2019), diz respeito aos rótulos que perpetuam e naturalizam as violências contra as mulheres negras. No Brasil, Bueno (2020) traduz essa imagem de controle, que pode ser facilmente visualizada, nas mães negras, chefes de família, que precisam do programa bolsa família, e que comumente são criticadas e taxadas como preguiçosas.

Analisar essas imagens que justificam a interseccionalidade de opressões de mulheres pretas nos dá ferramentas para perceber, em suas narrativas, as formas de reagir a essas opressões. A maternidade para as mulheres pretas empreendedoras é desafiadora pelo aumento da jornada de trabalho, entretanto, a busca por essa nova condição de trabalho demonstra possibilidades outras, como uma melhor organização dos seus horários, poder acompanhar, ou ser mais presente na vida dos seus filhos. O fato de terem os seus próprios negócios, suas próprias rendas se configuram como potencial para a mudança na condição econômica.

3.3 Mulheres negras e potências mobilizadoras afro-feministas empreendedoras

Um traço importante e muito característico do empreendedorismo negro feminino, percebido através das narrativas das colaboradoras e dos estudos sobre empreendedorismo de pessoas negras, é exatamente empreender sem saber que está empreendendo, em muitos momentos pela necessidade e a emergência de levantar recursos financeiros para outros objetivos. Dito de outro modo, o empreendedorismo afro-feminino, em alguns momentos, é um caminho a ser trilhado para alcançar outros lugares e outros objetivos.

Pesquisas como as de Pacheco (2008), Moreira (2018), Gonzalez (2020), Collins (2019) demonstraram os motivos pelos quais as desigualdades sociais no Brasil precisam ser lidas através dos marcadores de raça e gênero, como fatores importantes que criam obstáculos para a mobilidade social das mulheres negras.

Tento em vista esses fatores, a mobilidade social, por meio do ensino educacional, também foi uma estratégia pensada e articulada pelas mulheres negras como estratégia de mudança da realidade social e financeira da população negra. Assim, percebemos que dentre as colaboradoras da pesquisa, todas possuem ensino médio completo e a três possuem ensino superior.

Dentre essas colaboradoras, apenas Lila tem pós-graduação e possui o maior número de colaboradores trabalhando no estabelecimento, o que talvez seja uma hipótese para alcançar uma maior mobilidade social e, conseqüentemente, se reflete no tamanho do estabelecimento, já que devido à natureza metodológica não foi possível ter acesso às informações sobre a renda mensal e anual das colaboradoras.

As informações sobre o tamanho e impacto do estabelecimento, relacionado à escolaridade das colaboradoras, foram levantadas a partir da minha relação como afro-consumidora, mas sobretudo, pelos próprios relatos trazidos por elas em suas plataformas digitais.

Embora todas as colaboradoras pesquisadas estejam atuando dentro do ramo da estética, existe um impasse a ser observado, a escolaridade pode ser um intermediário (ou não) para o tamanho do estabelecimento. Existem outros indicativos para os possíveis caminhos traçados por essas mulheres, a serem analisados, sobre as suas trajetórias em relação aos seus negócios.

Por meio de uma análise horizontal das informações apresentadas por Vanessa, Maiza, Bruna e Lila, foi possível inferir que grau de escolarização não reduz o tamanho do empreendimento, mas nos oferece possibilidades reflexivas sobre o que assemelha e o que

distancia de suas experiências no percurso do afro-negócio como: escolaridade, fator geracional, maternidade, estado civil e as próprias relações sociais que foram se constituindo.

Lila relata que, durante a infância, o seu percurso de escolarização aconteceu de uma forma muito delicada, porque sofreu muita discriminação racial e social tanto pelos seus colegas quanto por parte de alguns professores.

A infância, [...] eu me lembro de uma professora que uma vez, [...]eu sentava na frente e ela chegou e falou assim pra mim: Maria Eliana vá pra casa, na frente de todo mundo da aula, a aula ia começar, vá pra casa e passe um limão debaixo do seu braço, porque está muito fedendo. [...]Talvez ela não sabia, eu não sei, mas lá em casa, ou mainha comprava desodorante ou comprova comida. Talvez ela não sabia [...] que era uma blusa da farda, a mesma que uma usava de manhã, a outra estudava de tarde (Lila Barreto,44 anos).³⁵

Como se pode observar, Lila não esconde das pessoas inscritas nas plataformas digitais as violências raciais e a discriminação social sofridas desde a sua infância. Não ter recursos financeiros para comprar uniformes escolares não se tornou um motivo plausível para que Lila deixasse de ter acesso à educação formal. Ao falar sobre a temática da “síndrome da impostora”, relata, ainda, que na sua rotina escolar sempre se pautou na necessidade de agradar os seus colegas para se sentir aceita nos grupos escolares. Nesse sentido, entendemos que a fase escolar para as crianças negras pode ser um dos primeiros lugares de experiência de solidão, podendo se estabelecer até a vida adulta, fazendo com que esses sujeitos incorporem os padrões já estabelecidos, como Lila relata: “porque eu fui criada da forma que o meu cabelo precisa ser alisado, porque esse cabelo duro, minha filha, ninguém dá conta.”³⁶

Pensar o processo de escolarização como estratégia de mobilidade social, talvez não tenha sido pensado e articulado por Lila, mas em seu relato ela deixa explícito que a sua mãe, mulher negra, viúva, costureira, teve que sustentar sozinha os seus filhos, percebendo o sistema educacional como grande aliado para mudança na condição social e financeira.

[...]eu fiz magistério porque mainha queria uma filha professora, mas eu não me encontrei no magistério não [...], formei, entreguei pra ela, aqui mainha o canudo, mas eu não gosto de dar aula não, não dou conta desses meninos, esses meninos são muito atentados, deixa eu fazer unha? Então

³⁵ Disponível em <https://www.instagram.com/tv/CQM7chrgHUw/?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Acesso em: 16 de junho de 2021

³⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/tv/CHS7qStjzr1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 06 de agosto de 2021.

vai, vai fazer sua unha, então eu comecei a trabalhar como manicure dentro de casa mesmo para ajudar (Lila, 44 anos).³⁷

As autoras feministas negras, ao discutirem sobre a centralidade do ativismo de mulheres negras, nos chamam atenção para outras formas de ativismo de mulheres negras que dificilmente são fáceis de serem percebidas e logo não vistas como ativistas. O cuidado pela sobrevivência dos grupos gestados por mulheres negras são questões levantadas pelas feministas negras e pelos movimentos de mulheres negras. Collins (2019, p. 33), ao descrever as dimensões do ativismo de mulheres negras enfatiza: “Essa dimensão nem sempre representa um desafio direto às estruturas opressoras, pois, em muitos casos, o confronto direto não é nem possível nem desejável”.

O desempenho pela luta da sobrevivência dessas mulheres, na perspectiva de Gonzalez (2020), vai na direção da necessidade de se movimentar de diversas formas possíveis para conseguir alimento e modificar a realidade dos seus filhos, como bem demonstrado no capítulo anterior. Na mesma direção, Collins (2019), ao tratar das opressões que atravessam os corpos das mulheres negras, revela que essas mulheres têm um grande potencial de se refazer diante das dificuldades sociais. Isso pôde ser visto na narrativa de Lila, quando relatou que sua mãe, Dona Roxa, tinha como desejo e estratégia de mudança da realidade social, que sua filha se tornasse professora. Em outras palavras, Dona Roxa, hipoteticamente, estava dizendo a Lila o seu desejo de vê-la ocupando espaços que não foram organizados e imaginados para ela, levando em consideração que a figura da professora, em alguns contextos sócio-históricos, era tida como uma posição de *status* social e de mobilidade educacional.

Referindo-se, especificamente, aos caminhos percorridos para finalizar o curso profissional, Lila relata: “[...]eu me lembro que eu fazia docinho para pagar minha faculdade, paguei, fazia caldo, fazia um monte de coisa, chocolate quente”³⁸. Percurso semelhante apresentado por Vanessa, quando começa a trabalhar somente com as tranças para terminar a graduação, como enfatiza: “[...] eu já trabalhei com outras coisas, eu tô trabalhando só com

³⁷Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 12 de agosto de 2020.

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk> . Acesso em: 10 de agosto de 2021.

tranças desde que eu entrei na universidade, eu entrei na UESB em 2013 e aí eu não tinha condições de trabalhar fora, né, por conta da demanda de estudos e tal”³⁹.

Maiza Ribeiro relata que, desde a adolescência, tinha o desejo de empreender e ter o seu próprio negócio, entretanto, ainda não sabia por onde começar. Quando se interessou pela área da estética, motivada por sua percepção de si como mulher negra, buscou meios para iniciar a transformação, a partir do ato de empreender negócios. Ela conta: “Eu e minha irmã, montamos um espaço na antiga cozinha da minha mãe, engraçado era que lá tinha os móveis que não usava mais, aí eu pedi o meu pai para vender esses móveis, e comprar coisas para o salão, [...] eu não tinha dinheiro para comprar as coisas do salão, [...] fui lá e vendi um sofá e vendi um rack”⁴⁰

As histórias se conectam quando Luiza, atravessada pela necessidade, pontua que no início da sua jornada, como maquiadora, não possuía o básico de maquiagem para o uso pessoal, mas fez do básico caminhos para maquiagem profissional: “tinha duas bases da Tracta, uma sombra da Alice Salazar marrom, e um brilhaço rosé gold, eu não tinha prime, eu tinha uns 7 pincéis no máximo, não tinha prime, não tinha hidratante, eu não hidratava pele de cliente quando eu maquiava, não limpava com tônico, já ia direto com base e corretivo, corretivo da Tracta também, não usava pó translucido, eu acho”⁴¹.

As histórias se inter cruzam nos discursos das três colaboradoras, Lila salienta que quando começou a trabalhar na cidade de Vitória da Conquista, no ramo da estética, foi muito difícil, por não ter espaço e material apropriado, então ela salienta “

“Na minha casa mesmo, eu tinha trazido uma maca de três posições e comecei a fazer designer de sobancelhas, eu me lembro que minha primeira cliente eu não tinha escadinha, eu falei essa cliente deve ser alta, ela vai subir direto na maca, e chego baixinha, “como é que vou subir?”⁴²”

Os relatos das colaboradoras nos direcionam para histórias que dialogam com a criação de estratégias de um empreendedorismo por necessidade. No caso de Luiza, podemos compreender como uma jogada de marketing para apresentar o seu produto e, conseqüentemente, não perder suas clientes em um período tão escasso de materiais

³⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em 23 de janeiro de 2022.

⁴⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TpzE_dRjPcU. Acesso em: 07 de junho de 2021.

⁴¹ Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290241797798928893_647452748&igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em: 04 de fevereiro de 2022.

⁴² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4ei12My3-wk>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

“tinha isso, e umas coisinhas a mais, pouquíssimos, pouquíssimos pincéis mesmo, eu maquiava com isso, eu só fazia uma sombra na cliente, fazia marrom com pigmento dourado e falava que era o que está em alta no momento.”⁴³

Durante vários momentos da pesquisa, tentei não justapor as minhas experiências às experiências das colaboradoras, entretanto, o percurso traçado por Lila para alcançar a mobilidade social muito se assemelha com as minhas experiências na universidade, mas também de muitas empreendedoras negras, devido a uma percepção de empreendedorismo que vislumbra o sucesso pautado apenas no ideário eurocêntrico capitalista, em não perceber as suas potencialidades.

Por nascerem e crescerem em um ambiente de escassez material e afetivo, muitas mulheres negras tiveram dificuldade de acreditar que poderiam acessar outros lugares. Entretanto, fizeram desse lugar do cuidado do outro, sobretudo da família, a oportunidade de cuidar, profissionalmente, no ramo da estética. Em vários momentos dos discursos de Lila e Maiza, ambas pontuaram a importância de um atendimento humanizado, buscando saber a real necessidade dos clientes.

Isso é fundamental, o atendimento humanizado está na moda né, mas o que é humanizado? eu falo para a minha equipe quando eu estou reunido com alguns deles, ou mais na sala de aula eu deixo isso muito claro, porque a gente está formando profissionais, e a gente não pode jogar profissionais no mercado para ganhar dinheiro, para pegar o equipamento, ah é esse equipamento que está na moda (LILA, 44 anos)⁴⁴.

porque é muito parecido o que a gente passou e hoje assim a gente empreende na área porque a gente já viu o que as outras meninas passaram, a gente sente na pele, então pra gente é muito mais fácil lidar com esse público porque a gente sabe a dor, a dor delas (Maiza, 24 anos).⁴⁵

Ao enfatizar a importância de um tratamento humanizado e dos motivos que as levaram a trabalhar no ramo da estética, para além da busca do financeiro, suas histórias nos permitem imaginar aos tratamentos sofridos por Lila e Maiza durante as suas trajetórias, entretanto, não se configuram como casos isolados. Historicamente, as mulheres negras não são percebidas como seres humanos, dignos de afeto, desse modo, o ato de empreender, de

⁴³Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5NjI3Mjk3MDI4ODU3?story_media_id=2290241797798928893_647452748&igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em: 04 de fevereiro de 2022.

⁴⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/tv/CHS7qStjzr1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 06 de agosto de 2021.

⁴⁵ disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs> Acesso 17-06-2020

trabalhar com o cuidado da estética e do corpo, nas narrativas de Lila, carregam o significado de humanização, de mulheres negras que abandonam o lugar de coisificação para tornarem-se sujeitos e potencializarem, sobretudo, o cuidado com outras mulheres negras. Como enfatiza Santos (2017):

Então, quando falamos em afroempendedorismo, não estamos tratando somente de um fenômeno de mercado, mas também, e sobretudo, de uma complexidade de movimentos que impulsionam sujeitos a se deslocar do lugar de servir e submisso a que tiveram confinados a contragosto e a expandirem-se, irem além, transcender (SANTOS, 2019, p. 56).

É importante salientar que embora Lila seja especialista, também, em cuidados com a pele negra, assim como Luiza, o seu público é variado. Lila é proprietária de uma clínica de Estética há 10 anos, no bairro Candeias, um dos bairros de maior prestígio social em Vitória da Conquista. Ao relatar o seu processo de formação da identidade étnico-racial, Lila, também, nos dá pistas sobre as relações que foram se formando até que ela se tornasse uma empresária e empreendedora especialista em pele negra. Assim, Lila acrescenta que possivelmente, como uma forma de proteção, a sua mãe não permitiu que ela usasse determinadas cores de roupas, ou frequentasse determinados espaços, por acreditar que não era um espaço acessível para pessoas negras.

[...]A gente cresceu ouvindo isso, preto não é amigo de branco, rico não é amigo de pobre, nem anda com os seus dentes na fresca, porque fala que é amigo, mas não é, então a gente foi criada assim, foi a forma que nossos pais encontraram de nos proteger talvez do que eles sofreram, foi uma forma de proteção então a gente cresceu naquela cultura (Lila, 44 anos)⁴⁶.

O racismo brasileiro, no seu processo de criação, em que as bases econômicas, políticas e culturais ainda estão no polo dominante da branquitude como ideologia dominante, fizeram com que, durante muito tempo, a população negra acreditasse que era inferior, fisicamente e intelectualmente, e por esse motivo não poderia usufruir dos mesmos direitos, roupas e espaços que as pessoas brancas.

A construção histórica da sociedade brasileira, em que a população africana foi arrancada dos seus países de origem, para servir de escrava em um país desconhecido, tendo seus corpos vendidos e trocados por mercadorias, possivelmente justifica os argumentos

⁴⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/tv/CHS7qStjzr1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 06 de agosto de 2021.

apresentados por Lila, visto que os tratamentos dados à população negra e pobre ainda são desumanos.

Mas quando o entendimento chega, você precisa caminhar em cima da revelação que você tem, então quando eu entendi que eu poderia entrar em qualquer lugar, sim, eu poderia ser amiga de gente da pele branca sim, eu poderia deixar meu cabelo crescer da forma que ele era, eu posso chegar e escovar no dia que eu quiser também, eu sou livre pra isso (LILA, 44 anos).

Consciente dos efeitos que as imagens de controle exercem sobre os nossos corpos estigmatizados socialmente, Collins (2019) nos convoca a assumir o controle das nossas imagens para nos autodefinir. Nesse sentido, as autodefinições das mulheres negras representam uma mudança para a transformação social.

Trata-se, portanto, de um movimento transgressor, de resistência e de cura de feridas secularmente abertas e ainda em chagas. Este efeito curativo alcança tanto os negros quanto negras. Entretanto, para mulheres negras o impacto de tornar-se senhora de si e de seu negócio é altamente significativo (SANTOS, 2019, p. 63).

Diferente do que uma sociedade racista e sexista espera de uma mulher negra, Lila Barretos conseguiu seguir outros caminhos, rompendo com o ciclo vicioso dos lugares de subalternidade determinados às mulheres negras. Ao romper com esse ciclo, através do afroempreendedorismo, há a possibilidade de construção de uma nova narrativa que enfatiza as suas potencialidades, através do seu protagonismo.

Dado a natureza metodológica da pesquisa, não foi possível constatar todo o percurso de Lila Barretos, mas uma das lacunas já presentes na pesquisa é compreender o processo de mobilidade de Lila; ou seja, quais foram as redes de relações que foram se constituindo depois que ela entendeu que seu lugar social atual não a impedia de construir redes de amizade com pessoas brancas e ricas. Em suas palavras: “de que preto pode ser amigo de branco e pobre pode ser amigo de rico?” Em que medida essas relações contribuíram para que ela conseguisse acessar espaços que, anteriormente, eram inimagináveis por ela mesma?

Levando em consideração a diversidade de narrativas das mulheres negras, algumas questões pontuadas se assemelham, ao mesmo passo que, também, as diferenciam, principalmente, nos caminhos mobilizados durante o seu discurso.

No caso de Vanessa, mulher negra, 33 anos, e mãe, o relato acerca da sua trajetória pessoal e profissional é marcado, ainda na adolescência, por ser uma mulher negra de pele clara e cabelo liso, mas de pertença a uma família negra. Como ponto característico do

empreendedorismo negro feminino pontuados no início da sessão, Vanessa relata que o trabalho com penteados afros foi o carro-chefe para conseguir finalizar o ensino superior.

Na narrativa de Vanessa, embora as tranças tenham sido um caminho de realização pessoal, de afirmação de identidade, principalmente, por ser uma forte atuação nos movimentos sociais, o trabalho com as tranças possibilitou abrir os caminhos para uma outra realização profissional, que seria atuar na docência, diferentemente de Lila. Como explica:

“Além disso, eu estou terminando uma graduação em Pedagogia, tentando aí criar coragens e forças para fazer o mestrado também, porque é o que eu sempre falo a gente tem que se preparar para além da questão estética, financeira, um preparo mental mesmo”⁴⁷.

Vanessa possui um pequeno salão em sua casa, em um bairro periférico de Vitória da Conquista. E embora já trabalhe com tranças há vinte anos, não possuiu colaboradoras que possam ajudá-la com as atividades do salão, o que mais uma vez demonstra que, possivelmente, o trabalho com o salão não seja a sua finalidade única, ou principal. A partir dos seus relatos e das suas práticas, a sua movimentação principal, por meio da arte das tranças, é fazer com que a juventude negra, sobretudo dos bairros periféricos de Vitória da Conquista, consiga afirmar as suas identidades étnico-raciais. Possivelmente, movida pelo contexto social que está inserida, apresenta uma preocupação com a afirmação da negritude a partir da estética, e a sua intenção de que a juventude negra e periférica vislumbre a autonomia financeira, também, aparece em sua narrativa. Ela afirma em seu relato.

[...] uma coisa que me dá uma gratificação, dá um prazer muito grande, trabalhar com a autoestima das mulheres pretas é um negócio que me dá assim, que me satisfaz muito, me motiva e eu comecei a gostar logo nos primeiros trabalhos, eu comecei a fazer, de colocar cabelo nas meninas e ver como essas meninas se sentiam bem, se sentiam bonitas, empoderadas, na época essa palavra nem era tão usada, mas era isso mesmo né, a autoestima que nascia a partir de um cabelo, da estética, isso fez eu me apaixonar mais e mais pelas tranças e aí pronto, segui o rumo, comecei fazer trança (VANESSA, 33 anos)⁴⁸.

Ao escutar o relato de Vanessa e visualizar a sua expressão de satisfação, percebemos que o trabalho com as tranças tem ganhado dois papéis: o da realização pessoal; mas também

⁴⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

⁴⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

um caminho possível para alcançar a docência, conseguir alcançar a titulação do ensino superior. Atualmente, alcançar o objetivo de tornar-se professora, exercer a docência, ficou ainda mais evidente que o trabalho no salão. Sua prática está muito mais atrelada à satisfação pessoal e política, participando do movimento hip-hop, o que não representa apenas uma questão unicamente financeira, impulsionando outras pessoas negras a movimentar o seu negócio, por meio das tranças.

Eu fico muito feliz de ver outras meninas, meninas pretas começando a trançar, começando a empreender e dedicando e fazendo um trabalho lindo, maravilhoso, eu fico muito, muito feliz de ver esse movimento que está acontecendo em Conquista, a gente está mudando a cara de Conquista real (VANESSA, 33 anos).⁴⁹

Durante o percurso da pesquisa, foi possível observar que o fluxo de engajamento de Vanessa no Instagram acontece de forma esporádica, ou seja, não é com tanta frequência em relação às outras pessoas que utilizam das plataformas digitais com uma finalidade lucrativa.

Santos (2019), conceitua, nesse sentido, um afroempreendedorismo *stricto sensu*. Tal compreensão remete às atividades desenvolvidas por empreendedores negros e negras em que as suas atividades estão voltadas para os consumidores negros, focalizando na afirmação da identidade étnico-racial. Para entender o empreendedorismo desenvolvido por Vanessa, nos interessa o empreendedorismo *stricto*.

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

O trabalho em salões afros, como demonstrado nas narrativas, aparece conectado à realização pessoal e profissional. Entretanto, quem exerce uma prática do afroempreendedorismo, no sentido *stricto sensu*, precisa levar em consideração vários outros fatores. A saber, a preocupação com quais são os públicos que realmente precisam consumir ou usufruir da sua atividade, precificação dos seus produtos a depender do contexto em que se está inserido.

A potencialidade exercida por meio de uma prática afroempreendedora no sentido *stricto*, precisam aparecer em todo o percurso de desenvolvimento do negócio, Santos aponta

⁴⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/nessytrancas/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

três princípios importantes: unidade racial; valorização da ancestralidade; desracialização da cadeia produtiva (SANTOS, 2019, p. 40-41)

Ao discutir sobre as questões das desigualdades raciais, em Vitória da Conquista, Vanessa também aponta caminhos possíveis para o desenvolvimento de um trabalho não preocupado, apenas, com a estética e com o financeiro, mas também em atender um consumidor específico. A atuação dela em seu espaço já representa uma educação não formal, em que o trabalho com os símbolos ancestrais ganha seus verdadeiros sentidos, e onde os seus clientes utilizam os símbolos das resistências afro-brasileira sabendo das suas histórias.

“é uma questão estrutural, que faz parte da formação social do nosso país, então a gente procura trabalhar tudo isso, enquanto tá trançando o cabelo, conversando e é claro tomando o meu café. [...] é um negócio que me satisfaz, me deixa feliz, me deixa muito feliz, apesar de ser muito cansativo viu gente, vocês que me acompanham no instagram, o pessoal vê bastante isso né, as horas de trabalho, o cansaço, a sobrecarga mesmo, porque é um trabalho pesado, mas que me gratifica bastante, então vale muito a pena (VANESSA, 33 anos).⁵⁰

Além dessas questões, uma outra se apresenta nas atividades desenvolvidas pelas afroempreendedoras: a sobrecarga de trabalho, mesmo quando realizado com certa satisfação pessoal e política. O afroempreendedorismo idealizado por uma via de percepção de transformação social faz com que as pessoas negras que agenciam os seus negócios, percebam que, possivelmente, a depender do seu contexto, do local em que estão inseridos, as perspectivas de sucesso não se darão pelos modelos capitalistas.

Frequentemente, em apenas uma cliente, a trancista necessita dispor 14 horas do seu dia, e o valor pelos serviços, muitas vezes, precisa estar dentro da condição social dos clientes. Isso, possivelmente, é um dos fatores que impede o desenvolvimento econômico do estabelecimento, a depender do local que o salão está localizado.

É nesse sentido que a maioria das pessoas negras não consegue perceber os seus negócios como potenciais de transformação econômica, por não receberem apoio das instituições públicas e pensarem mais nas transformações sociais dentro de uma sociedade altamente capitalista. É o que demonstra o relato de Vanessa, ao enfatizar a sua dificuldade de se perceber como empreendedora, especialmente porque a sua jornada de trabalho, muitas vezes, com uma mesma cliente, demanda 14 horas, impedindo boa interação com outras clientes em potencial nas redes sociais:

⁵⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/nessytatrancas/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

eu tenho muita dificuldade com essa questão do empreendedorismo, eu sou muito comunicativa, gente, rede social, me perdoe, clientes não desistam de mim, eu sei que é difícil falar comigo, além de ser uma mulher empreendedora, trabalhadeira, eu gosto de falar que eu sou trabalhadora braçal (VANESSA, 33 anos)⁵¹.

Quando Vanessa enfatiza a necessidade de se perceber como empreendedora, é possível perceber, também, a dificuldade das mulheres negras de nomear as suas atividades econômicas. Comumente, são usados termos como: “Estou fazendo um bico”; “é só uma coisinha”, o que impacta a precificação e valoração dos seus negócios, exatamente por não internalizarem que as suas atividades também são trabalhos e precisam ser vistos como tal. Conceitos de empreendedorismo e vida empresarial, por muito tempo, não estiveram atrelados ao corpo negro feminino, o que talvez justifique a dificuldade dessas mulheres mobilizarem, ou movimentarem os seus negócios.

Esse entendimento, também, é apresentado nas pesquisas de Cruz (2013), que afirma que identidade e consumo caminham lado a lado da maioria dos negócios dos empreendedores negros.

Os salões étnicos têm claramente definido o público negro como seu público-alvo, e buscam conquistar sua clientela através de um discurso que comungue identidade étnica, beleza negra e solidariedade. Embora sistematizem o discurso racial no seu interior, não sistematizam o cliente negro como um consumidor voraz de produtos de beleza na sociedade capitalista moderna, a qual o Brasil está inserido, e que passa constante transformação (CRUZ, 2013, p. 79).

É nesse sentido que a maioria das mulheres negras possui muita dificuldade de se projetar como empreendedoras e empresárias. Essa consciência inicial de que estão empreendendo é importante para que aconteça, conseqüentemente, a regulamentação dos seus negócios. Os estudos sobre “Saúde financeira de mulheres negras em tempos de Covid-19”⁵² apontam que 49% das mulheres negras não conseguiram formalizar os seus negócios; 42% não sabem como fazer e 15% responderam que não sabiam que daria para regulamentar o seu negócio.

⁵¹ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

⁵² Saúde financeira de mulheres negras em tempos de covid 2019, <https://drive.google.com/file/d/1TJFAUHv7-PCs2oD5C4EqTXI4S61uk2IQ/view> acesso em 20-04-2022

Ao nosso ver, identidade e consumo atrelado ao trabalho desenvolvido por mulheres negras aparece com dimensões complexas, sobretudo, quando o processo civilizatório da construção da sociedade brasileira reverbera na tentativa de qualquer forma de extermínio da população negra, seja pela questão da identidade, ou pela questão econômica.

Descolonizar o empreendedorismo significa que as mulheres negras precisam se perceber como empreendedoras e empresárias, principalmente, em uma sociedade racista e sexista, em que apenas os trabalhos de homens brancos héteros carregam esse título com maior facilidade. Assim como foi evidenciado por Cruz (2013), “esses salões foram pioneiros na segmentação do mercado de consumo no país, mas não conseguiram sistematizar os desejos a ponto de conquistar um volume significativo de consumidores em ascensão ao longo dos anos” (CRUZ, 2013, p. 79). Nessa perspectiva, precisamos questionar e pensar estratégias outras para que as donas dos estabelecimentos voltados para a estética da população negra impulsionem economicamente os seus negócios.

Diferente de Vanessa e Lila, Maiza demonstra que a percepção do empreender chegou desde muito cedo. Assim, os discursos que envolvem as questões raciais e de gênero aparecem nas falas de todas as mulheres negras colaboradoras da pesquisa. São mulheres negras que trabalham no ramo da estética, mas que em seus percursos individuais se assemelham e se diferenciam. Mulheres que empreendem pela necessidade, pela afinidade, mas também pela afirmação da identidade.

Maiza Ribeiro é graduada em estética e cosmetologia, e trabalha e seu estabelecimento com duas colaboradoras.

Dentre todas as mulheres negras empreendedoras apresentadas, Maiza é a mais nova, com 24 anos, e se autodefine como empreendedora e empresária. Maiza explica que o desejo de se tornar uma empreendedora aconteceu ainda na adolescência, período em que trabalhava como colaboradora de um outro estabelecimento, e por meio dessa atuação decidiu querer criar o seu próprio negócio.

Agora nessa parte da história eu já quero entrar um pouco mais na questão do empreendedorismo, foi quando eu me descobri empresária, foi quando eu descobri que eu queria um lugar, que eu queria administrar, eu sabia que eu queria administrar um negócio, que queria ter meu próprio negócio (MAIZA, 24 anos).⁵³

⁵³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TpzE_dRjPcU. Acesso em: 07 de junho de 2021.

A autodefinição de Maiza como empreendedora e empresária nos despertou curiosidade desde o início da sua narrativa, visto que, diferente de Lila e Vanessa, em nenhum momento, após decidir exercer atividade no ramo da estética, teve dificuldade para afirmar para o mundo como gostaria de ser tratada. Na contemporaneidade, as afroempreendedoras *stricto e lato sensus* vislumbram que os seus produtos, marcas e serviços sejam impulsionados. Entretanto, atualmente alguns empreendedores negros rejeitam esses rótulos, a exemplo, da baiana, publicitária e empresária Luciene Reis, idealizadora do Mercafro, que desenvolve negócios étnicos. Na perspectiva de Reis (2019)⁵⁴, “denominar empresários negros de empreendedores seria uma forma de reduzir o seu potencial, é como estivessem sempre fadados a subsistência e ao fracasso”.

Esses trabalhadores estão o tempo todo participando de eventos, feiras, buscando estratégias de venda, buscando capacitação em cursos e encontros que possibilitem melhorar a gestão dos empreendimentos, produtos e serviços. Desse modo, potencializam os seus estabelecimentos buscando melhor atender, também, ao mercado consumidor.

Diferente da forma de empreender de Nesyta Tranças, para Maiza, a percepção de negócio assemelha-se ao de Lila, ao demonstrar um olhar *stricto sensu*, mas percebe a necessidade de desenvolver os seus negócios como única atividade econômica.

Maiza relata, também, a decisão em mudar o olhar para uma nova perspectiva de negócio, já que em outros momentos também trabalhavam química e cabelos quimicamente tratados.

“Eu resolvi tratar mesmo de uma beleza diferente, que é a questão da beleza natural mesmo, das mulheres que elas estão voltando a tona, muitas estão começando a se entender. [...] Foi também a forma que eu me encontrei de trabalhar, porque se não fosse tudo que eu tinha passado, eu não teria forças para trabalhar com o que eu trabalho hoje, talvez eu não estaria atendendo quem eu atendo hoje” (Maiza, 24 anos).

Esse breve relato de Maiza demonstra que as oportunidades surgidas para ela talvez partam das mudanças que aconteceram e que vêm acontecendo nas estruturas sociais para que ela conseguisse avançar com maior facilidade em relação às demais. Com efeito, nota-se que o próprio nome do estabelecimento “Terapia dos Cachos”; “Lugar de Valorização da Beleza Natural”, e também a própria narrativa de Maiza, demonstram a identidade e a identificação dos seus clientes. Isso é ilustrado por Cruz (2013): “Como num processo mimético, a parte, o cabelo, é tomada para referir-se ao todo, o sujeito possuidor do cabelo, e nessa relação o

⁵⁴ Entrevista concedida a Soares (2021, p. 50) realizada no ano de 2019.

cabelo passa a ser utilizado como um importante atributo, chegando mesmo a conferir identidade às mulheres: as cacheadas” (CRUZ, 2013, p. 85).



Imagem 8: Perfil da loja e salão da Terapia dos Cachos

[...] a gente está começando impor para a sociedade que todos os cabelos são bonitos, pode ser ele liso, cacheado, crespo, ondulado e todas as identidades, todas as pessoas são bonitas da forma que elas são, que tem que aprender a valorizar a beleza do outro, e a nós mesmo aprender a valorizar a nossa imagem (MAIZA, 24 ANOS).

O ponto alto das narrativas de Maiza e Vanessa está em perceber os cabelos naturais como uma possibilidade de sucesso profissional. O cabelo crespo e o cabelo cacheado que, em várias décadas foram ridicularizados, passam por um processo de

afirmação da identidade e consumo. Entretanto, é importante salientar que embora os cabelos cacheados e crespos tenham alcançado uma maior aceitação em relação a outros períodos históricos, o cabelo crespo permanece sendo menos aceito pela sociedade, que os julgam como selvagens, rebeldes e tantos outros estereótipos, mas dentro de uma sociedade de consumo, o crespo torna-se “cacheado”, como aponta também os estudos de Cruz (2013).

Tendo em vista tais dinâmicas, pode-se refletir sobre as possibilidades encontradas de uma nova forma de militância na publicidade, reivindicando uma nova forma de pensar a Beleza e a autoestima das crespas e cacheadas, apresentadas na própria imagem de Maiza na divulgação dos produtos. Tais temáticas têm sido evidentes em diversos estudos científicos que discutem o empreendedorismo desenvolvido por pessoas negras, assim como aponta os estudos de Cruz (2013, p. 107), quando diz que “as campanhas do salão apontam que por trás de uma peça veiculada está não somente o desejo de uma empresa ou a aceitação do público, mas a concepção e o desejo de quem a criou”



cbe.terapiadoscachos

Terapia dos Cachos Beleza e Estética



Curtido por **maizarribeiro** e outras pessoas

cbe.terapiadoscachos A linha Terapia dos Cachos é perfeita para você manter o cuidado dos seus cabelos, mesmo com a correria do dia a dia, composta por Shampoo de reconstrução, máscara de hidratação e creme de pentear de nutrição ela repõe nutrientes que seus fios precisam, em uma só aplicação.

Maiza, ao apresentar os seus produtos, não deixa de passar para consumidoras uma desconstrução de uma beleza eurocêntrica, ao mesmo tempo que também apresenta uma proposta de cuidado com os cabelos que antes eram vistos como um “trabalho”, “um fardo” e, agora, em meio à correria típica das mulheres negras, suas soluções o apresentam como um facilitador. Ora, não é novidade que o empreendedorismo desenvolvido pelas mulheres negras surge, muitas vezes, pela tentativa de sanar uma dificuldade que são próprias das mulheres negras.

O percurso traçado por Maiza é interessante, porque não exclui a sua afirmação enquanto empreendedora e empresária e da mesma forma, não aponta como é a questão da precificação das atividades desenvolvidas no estabelecimento para um público específico. Assim, vale observar a rede que foi se constituindo durante todo o processo.

No seu primeiro salão, Maiza trabalhava escovando cabelos e com penteados afros, mas com o tempo decidiu abandonar o alisamento dos fios e focar apenas em cabelos naturais. Embora Maiza relate que passou por algumas dificuldades ao abrir o próprio negócio, não deixa de afirmar que só conseguiu estruturar o seu salão com o apoio inicial de familiares. Nesse sentido, aponta que os seus pais e sua tia foram importantes para seguir esse percurso: [...] meus pais sempre nos ajudaram, aí meu pai observando que o espaço estava ficando pequeno, então, ele cedeu a parte de cima da garagem para construir o nosso centro de estético, foram dois anos de luta, dois anos construindo esse centro estético” (Maiza, 24 anos)⁵⁵.

A princípio, uma das estratégias utilizadas tanto por Lila quanto por Maiza, foi de ter obtido experiência em outros espaços e de realizar um curso de cabelereira, ou seja, exercer a função prática e depois fazer a faculdade. Assim, realizou dois cursos simultâneos: cabelereira e promotora de vendas. Em consonância com a trajetória de Maiza, na perspectiva de Figueiredo (2012), a mobilidade social da população negra não pode ser analisada de uma forma individualizada, visto que de uma forma direta ou indireta, muito possivelmente, a família precisou se movimentar para que os mais novos conseguissem uma mobilidade social.

Sendo afroempreendedoras engajadas, Maiza Ribeiro e Maiara lançaram, no ano de 2020, uma linha de produtos voltados para a estrutura dos fios crespos, além de vender objetos que remetiam à cultura negra, como turbantes, brincos e pente garfo.

⁵⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TpzE_dRjPcU. Acesso em: 07 de junho de 2021.



Imagem 10- Maiza e Maiara

Fonte: https://instagram.com/cbe.terapiadoscachos?utm_medium=copy_link
acesso em 23/03/ 2022.

Ao analisar a página do Instagram do Salão Terapia dos Cachos, o que nos chamou atenção, também, foram os perfis estéticos das colaboradoras que trabalham no salão. Na página são apresentadas breves descrições das suas funções, além das imagens nos permitirem perceber que são mulheres lidas socialmente como negras, de cabelo crespo e cacheados.



Imagem 11: Colaboradora do São Terapia dos Cachos

Acreditamos ser uma informação relevante para a temática do empreendedorismo negro, por se tratar de uma percepção importante para o que isso representa para uma sociedade como Vitória da Conquista em que, ainda que de forma tímida, as manifestações da cultura negra começam a ganhar um novo potencial.

Uma das grandes discussões do afroempreendedorismo está atrelada a oferecer oportunidades de trabalho para a população negra. Não sabemos os critérios de contratação no salão Terapia dos Cachos, mas essa percepção nos deixou curiosas já que tanto nas falas de Maiza quanto na própria página do Instagram a proposta é trabalhar o cuidado com a autoestima das mulheres, especificamente mulheres negras. Esse cuidado poderia, muito provavelmente, estar associado ao afeto e à representação de profissionais como já se apresentam em suas narrativas.

CAPÍTULO 4-EMPREENDEDORISMO E CIBERATIVISMO DESENVOLVIDOS POR MULHERES NEGRAS EM VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

4.1 Entre curtidas e compartilhamento: A celebração do afroempreendedorismo de mulheres negras como conector de sociabilidade

Um dos principais desafios durante o processo de desenvolvimento da pesquisa tem sido a crença de que, a partir desse meu lugar, poderia desenvolver um processo investigativo sobre empreendedorismo. Os desafios foram aumentando quando pensado em conectar esse conceito, tão bem criticado, ao Feminismo Negro, para perceber as potencialidades de mulheres negras, tentando reivindicar esse lugar epistemológico que é dado com muita facilidade aos homens brancos-cis-hetero.

Para ser honesta, tal termo, “empreendedorismo”, sempre nos remetia às discussões de autoajuda empresarial, que, muitas vezes, culpabilizam as pessoas independentemente de sua trajetória pelos fracassos. Entretanto, assim como em todo processo de pesquisa, foi necessário abandonar os preconceitos para escutar e olhar melhor o que as intelectuais feministas negras que nos antecederam reivindicaram. Desse modo, é preciso subverter tal conceito para o ato de empreender das mulheres negras.

Comprometida em analisar em que medida o afroempreendedorismo influencia na forma de ser e existir das mulheres negras, começamos a ficar mais atentas às discussões que essas mulheres traziam em suas plataformas digitais, principalmente, como se organizavam e se relacionavam entre si e os clientes.

Pelas formas como se apresentavam, organizavam e se articulavam nos grupos do WhatsApp e no Instagram, percebemos os seus espaços como conectores das relações humanas de sociabilidade. Isso significa dizer que para entender e decifrar as relações construídas dentro dos estabelecimentos das afroempreendedoras, se precisa estar conectada dentro desta teia cheia de significados que se constitui.

Esse discurso se constitui, evidentemente, ao observar como as afroempreendedoras e afroconsumidoras, através da valorização social e da produção de significados, as atividades desenvolvidas não apenas pelas mulheres negras, mas também os homens negros a partir do ato de empreender fazem dos seus espaços (sejam nos salões ou nas plataformas digitais) um espaço de sociabilidade.

Silva (2017) ao fazer a análise da Feira Preta, apresenta como Clifford Geertz (1979) propõe uma discussão importante e que muito pode nos ajudar a pensar essas relações existentes entre as afroempreendedoras e afroconsumidoras, em seu estudo Etnográfico sobre o bazar de Sefrou, intitulada “MeaningSug: the bazar economy in Sefrou”. Nesse estudo,

Geertz (1979) analisa as relações socioculturais e comerciais existentes em um mercado na região de Magrebe no Marrocos, nos anos de 1970.

Silva (2017) explica como estabeleceu discussões importantes sobre a economia de troca. O conceito de troca abordado por esse antropólogo não está relacionado apenas às realizações feitas de formas diretas, mas também de forma intercambiais. Desse modo, os sistemas de troca poderiam existir através de produtos e, também, por meio da prestação e circulações de serviços em contato direto entre as pessoas. São relações entre as pessoas que se configuram como um fator importante para a sociabilidade estabelecida, como explica Silva (2017)

Enfoca a complexidade das relações comerciais observadas num contexto em que a diversidade étnica, divisão de trabalho e posição social estão estreitamente articuladas, chamado atenção para diferentes dinâmicas sociais que configuram numa economia mais ampla e que não estão restritas às trocas econômicas (SILVA, 2017 p. 58).

As formas como se davam essas relações de troca ocorriam no sentido de uma certa parceria e fidelidade. Nas palavras de Servilha e Doula (2009, p. 136)

“Há no bazar uma relação de sociabilidade entre todos os seus frequentadores, assim como existem entre eles grandes grupos internos de solidariedade, onde relações mais próximas e íntimas são produzidas entre os que se identificam e se ajudam mutuamente” de (SERVILHA, DOULA 2009, p. 136).

Desse modo, compreende-se que dentro dessas sociedades poderíamos identificar, em alguns casos, a inexistência de concorrência. Embora, os nossos estudos se apresentem dentro de um sistema capitalista, com as observações dessas autoras, reconhecemos nessas conexões entre os sistemas de troca, citado por Silva (Idem), as relações de trocas existentes entre afroempreendedoras e afroconsumidoras, presentes na narrativa de uma das colaboradoras, sobretudo, nos grupos de WhatsApp, a exemplo da narrativa de Vanessa, Bruna e Maiza.

[...] a gente está tentando se fortalecer nesse grupo de trancista que foi uma ideia assim maravilhosa e que e tá super funcionando, a gente troca compartilha experiência, ajuda, uma não tem agenda, manda para outra então assim, é maravilhoso, então gente, vocês percebam que é o começo de uma parceria que vai bem longe né (VANESSA, 33 anos).⁵⁶

⁵⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

Paras as mulheres negras colaboradoras dessa pesquisa, a combinação de oportunidade econômica e o pacto sociais sustentados pelo sentimento de pertencimento comum e reciprocidade caracterizam estratégias de uma “economia de troca”.

Em vários momentos da pesquisa conseguimos perceber a solidariedade existente entre essas mulheres, a primeira é a forma pelas quais as localizamos nas plataformas, visto que uma entrevistada divulgava os produtos de outra. O segundo momento, é a forma como elas se referem uma às outras nos grupos de WhatsApp e Instagram, demonstrando solidariedade, apoio nas tomadas de decisões (principalmente sobre valores) e fortalecimento.

A questão da rede social, Júlia está me ajudando pra caramba, Nesyta faz, dando dica, amiga vai lá no instagram, agora é a hora, viu? poste alguma coisa. Ah gente, o que seria de mim sem essas meninas, Júlia, Andressa que é uma influencer aqui da cidade, minha cliente maravilhosa, que eu sou fã, que também me ajuda muito, e me impulsiona muito, a continuar esse trabalho, a me engajar nas redes sociais, eu estou tentando, tenha paciência porque eu sou de outra geração (VANESSA).⁵⁷

Silva (2017) demonstrou em sua definição o que é o sistema de troca para os afroempreendedores da *Feira Preta*, e que muito se assemelha à dinâmica que existe entre as afroempreendedoras conquistenses. “Um sistema complexo de relações — políticas, afetivas, morais, culturais e econômicas — que se dão entre as pessoas por intermédio das coisas” (SILVA, 2017, 58).

As trocas existentes entre as afroempreendedoras eram realizadas em consumir ou adquirir os produtos realizados por outras afroempreendedoras. Essas formas de consumo não estão ligadas apenas à questão econômica, mas muito mais no sentido da valorização dos trabalhos realizados por outras pessoas negras, na tentativa de fazer o dinheiro circular entre si, mas há também uma troca de produtos.

Quando Vanessa discorre em sua narrativa sobre a importância de Julia e de Andressa, duas afroempreendedoras que trabalham, também, como digital influencers, ela nos possibilita compreender que dentro dessas relações há muitas possibilidades para além existência de dinheiro e, assim, essas trocas se dão por outros meios acordados entre elas.

As trocas entre os digitais influencers e as trançistas, por exemplo, podem se dar em formas de “produtos”. A trançista trança o cabelo, ou realiza algum penteado na afroconsumidora (Andressa e Julia), em troca os seus trabalhos são divulgados nas plataformas digitais. Essa divulgação nas plataformas digitais, a partir de uma influenciadora

⁵⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/nessyatranças/tv/CU0-pT4Bwt1/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

com grande número de seguidores, faz com que o trabalho da trancista alcance uma notoriedade muito maior.

Na entrevista entre Bruna Larissa e Maiza Ribeiro, elas discutiam a importância das mulheres negras em Vitória da Conquista estarem juntas empreendendo, para Bruna as relações entre as afroempreendedoras se estabelece mesmo em forma de solidariedade e apoio: “E não existe esta questão de competitividade, existe espaço para todo mundo, porque na verdade ainda faltam oportunidade para atender todo o público, então assim, é muito gratificante trabalhar com isso.”⁵⁸

Collins nessa breve citação atribuiu as relações existentes entre mulheres negras afro-americanas como um momento de leveza, estar entre as que se assemelham é o momento em que poderão ser elas mesmas, é o momento de trocas das aflições, mas também é o espaço de cura.

No conforto das conversas cotidianas, em momentos mais sérios e nos bem-humorados, as afro-americanas, como irmãs e amigas, reafirmam a humanidade, o caráter singular e o direito de existir uma das outras (Collins, p 188).

Ao se observar a relação entre as mulheres negras nos diferentes espaços, mesmo que as vezes elas não se conheçam, percebe-se que existe uma maior valorização da presença física que acreditamos ser pela condição de ser uma mulher negra. Esse reconhecimento e essa partilha, na visão de Collins (2019), está muito ligado ao reconhecimento de quem somos no mundo.

A valorização do trabalho e da beleza das mulheres negras por outras pessoas negras, nesta pesquisa, é entendida como um pacto para a revolução. Segundo Gonzalez (2020) “No bojo da revolução cultural, também corria uma revolução estética”. Gonzalez (2020) estava se referindo à importância do bloco afro Ilê Aiyê, em Salvador, dispostos a afirmar a valorização da cultura afro-brasileira. Durante a sua criação, o Ilê Aiyê sofreu várias dificuldades e acusações.

Retomar a importância do bloco, a partir do assunto do afroempreendedorismo, é para entendermos toda uma rede que se forma para um trabalho em conjunto durante o ano inteiro. A Noite da Beleza Negra é o exemplo de uma rede construída em prol da valorização da mulher negra, priorizando pessoas da comunidade negra para escolher dentre elas a representante da Beleza Negra.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sVVOTqaxNBs>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

[...]O que ocorre na escolha de uma Negra Ilê, por exemplo, não tem nada a ver com uma estética europeia tão difundida e exaltada pelos meios de comunicação de massa. [...] O que conta para ser uma Negra do Ilê é a dignidade, a elegância, a articulação harmoniosa do trançado do cabelo com o traje, o denço, a leveza, o jeito de olhar ou de sorrir, a graça do gesto na quebrada de ombro sensual, o modo doce altaneiro de ser etc. E se a gente atentar bem para o sentido de tudo isso, a gente saca uma coisa: a Noite da Beleza Negra é um ato de descolonização da cultura (GONZALEZ, 2019, p. 215-2016).

Santo (2018), ao realizar um estudo etnográfico nos salões étnicos pontua que esses espaços ultrapassam a questão de vender ou prestar o serviço, pois são espaços de compartilhamento de histórias, vivências, experiências, lutas coletivas. Gomes (2008) explica que estes lugares “[...] veiculam também discussões políticas e ideológicas. Um núcleo de sociabilidade negra onde há redes de amizades e de parentesco, e a elaboração de sentimentos de pertença”

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS: QUEM PAGA PELA “VOZ”? SE EU FALAR VOCÊ ME ESCUTA? CIBERATIVISMO E CIBERFEMINISMO COMO CAMPOS DE ANÁLISES

Novas pesquisas vêm abordando a importância das discussões sobre mulheres negras no mercado de trabalho, de modo especial, as configurações dentro do empreendedorismo. Assim, o empreendedorismo é um fenômeno presente nas discussões, nos últimos anos, como uma estratégia de sobrevivência, de saída da crise do grande desemprego, em resposta às implementações de políticas econômicas neoliberais.

Nesse ponto, pesquisadoras negras feministas, desse campo de estudos, atribuem a esse fenômeno o ponto-chave para a precarização do trabalho com a retirada de direitos dos grupos que sempre estiveram alijados de melhores condições de vida. Demonstrem, também, como a maioria da comunidade negra, e de modo mais alarmante, as mulheres negras, que estão nas avenidas identitárias de gênero, raça, classe, sexualidade e tantos outros marcadores são as mais afetadas.

Não por acaso “que o modo de empreender” do trabalho é caracterizado como sobrevivência, ou resistência pelas formas como o sistema capitalista racializou a pobreza, retirando dessa população vínculos empregatícios e seguridade social. A inexistência de um mapeamento sobre empreendedores negros e negras, em Vitória da Conquista, nos impossibilitou saber quem são, quantas são, a sua predominância, quais ramos, nos instigando para inquietações de pesquisas futuras, visto que no contexto que a pesquisa foi gestada,

fomos atravessadas por diversas dificuldades no campo da pesquisa, geradas no contexto da pandemia da Covid-19.

Nessa perspectiva, buscamos demonstrar, a partir dos discursos das mulheres negras nas plataformas digitais, dimensões que atravessam as realidades da maioria delas, que recorrem ao empreendedorismo como forma de sobrevivência, diante das mazelas sociais e a sobrecarga de trabalho, e o poder da autodefinição diante das barreiras socioeconômicas que as atravessam.

Durante toda essa travessia em desenvolver a pesquisa sobre o afroempreendedorismo de mulheres negras, em Vitória da Conquista, nas plataformas digitais, várias reflexões foram surgindo e nos possibilitaram tecer algumas considerações. A primeira, que não muito diferente do que as novas pesquisas sobre empreendedorismo negro vêm apontando, é a de que essa prática não é uma invenção recente de nossa época, porque as mulheres negras, em outros contextos históricos diferenciados, “sempre empreenderam”, contudo, tal prática ganhou outras denominações ao longo das pesquisas sociológicas; como “trabalho autônomo”, “informal”, “economia solidária” e outras. A novidade que as diferencia no tempo e no espaço é que, na contemporaneidade, coletivos de mulheres negras têm utilizado as novas tecnologias da informação para “reinventar” seus negócios e autoafirmar-se enquanto mulheres negras, pretas e empreendedoras.

Desse modo, embora essas mulheres não façam uso do termo afroempreendedorismo, em Vitória da Conquista, mesmo que se apresente ainda de forma tímida, representa uma das formas de resistência contra as imagens de controle que operam sobre o corpo negro feminino em sua intersecção com o trabalho, com a pobreza, e com a maternagem. Estas criaram modos de ser e de existir em coletivos, construindo uma rede de solidariedade entre elas, tornando-se “potências mobilizadoras”, produzindo novas imagens sobre si mesmas através de sua produção de bens simbólicos e econômicos.

Outro ponto implícito, é que dialogar sobre os trabalhos desenvolvidos por essas mulheres no ramo da estética, não pode ser desvinculado do contexto político que os constitui, relacionados à mobilização do ciberfeminismo, do protagonismo das mulheres e das jovens negras ciberativistas no enfrentamento ao racismo e ao sexismo estruturais que se manifestam, cotidianamente, nos espaços virtuais, nas redes sociais, nas ruas e nas plataformas digitais.

As lutas políticas antirracistas e antissexistas, lideradas pelas mulheres negras, nesse século, têm possibilitado vários agenciamentos de sentidos que essas trabalhadoras atribuem aos seus negócios, e das possibilidades de transformarem suas vidas e a vida de outras mulheres negras, potencializando-se símbolos de resistência que geram suas economias na

sociedade conquistense, em que a concepção hegemônica branco-centrada na imagem do homem branco que pode ser considerado o único agente a empresariar, começa a ser desconstruída.

Isso posto, o afro-negócio desenvolvido por mulheres negras conquistenses representa um socio-ativismo como mola propulsora capaz de contrariar a ordem estabelecida. Enaltecer as potencialidades dessas mulheres, não é romantizar o cenário socioeconômico. Mas como amefricanas feministas negras compactuamos da importância de visibilizar as estratégias de emancipação e soerguimento dos corpos negros femininos que, por séculos, foram subalternizados e invisibilizados. Com o grande avanço das tecnologias que ocorreu a partir do final do século XX, percebe-se que as pessoas se encontram cada mais inseridas no meio digital. Neste sentido, o ciberespaço é um espaço de conexão que possibilita a comunicação entre as pessoas, no qual é possível formar comunidade virtuais com pessoas e coletivos que possuem afinidades.

Como demonstra Barros (2009), o cyberfeminismo alcançou grandes dimensões e apropriações, desse modo, não existe uma única compreensão do seu conceito. Entretanto, é necessário ressaltar que embora exista tais discussões sobre a importância das mulheres dominarem a tecnologia da informação, os marcadores raciais ainda não são colocados no centro das discussões pelas correntes cyberfeministas hegemônicas, o que impossibilitaria um avanço para as mulheres negras. Seria ingenuidade acreditar que os espaços tecnológicos acabariam com as desigualdades raciais e de gênero numa sociedade, ainda, estruturada pelo cis-tema-hétero-capitalista, quando uma grande parcela das mulheres negras ainda não tem acesso a serviços básicos de educação, saúde e cidadania, a tecnologia digital seria mais uma entre outras portas a serem abertas.

Desse modo, o racismo não deixa de ser manifestado dentro do contexto das tecnologias. Existem, por exemplo, algoritmos que refletem os preconceitos e racismo dentro do ambiente digital. O algoritmo é uma sequência de operações processadas em sistemas de computadores, entretanto, são criadas por pessoas, que podem ter ou não, atitudes conscientes. Portanto, tecnologia não pode ser interpretada como neutra, existem algoritmos que retratam os preconceitos das pessoas que os criaram, atingindo a sua finalidade. “Os robôs racistas refletem um processo mais amplo e complexo: a incorporação do viés social em artefatos tecnológicos” (LIMA, 2021, p. 40).

Os algoritmos necessitam de dados para seus funcionamentos e, muitas vezes, esses dados armazenados possuem conteúdos preconceituosos e racistas. Na perspectiva de Lima (2021), os algoritmos têm poder de tomar decisões acerca do mundo, e por agirem segundo os

pensamentos e ações de seus criadores, podem facilmente reverberar atitude e informações contra os grupos excluídos.

Neste sentido, é possível compreender que os algoritmos são tendenciosos, uma vez que são baseados nas informações inseridas pelos seus criadores, podendo prejudicar alguns grupos sociais. Quando utilizamos os algoritmos para localizar as colaboradoras da pesquisa, não foi possível localizá-las pelo não uso dessas *tags* nos seus trabalhos. Entretanto, por meio das pesquisas acessadas, os algoritmos possuem o poder de silenciar alguns corpos que já são marginalizados socialmente, quando não disponibilizam os conteúdos produzidos da mesma forma em relação aos outros grupos, além, de banir determinadas contas que trazem discussões contra-hegemônicas.

A importância da presença das mulheres negras no ambiente virtual representa a construção de contra narrativa, positivando as imagens socialmente construídas sobre os corpos marginalizados. É nessa movimentação que as mulheres negras estão cada vez mais se apropriando das mídias digitais e construindo suas próprias narrativas e quebrando discursos racistas, machistas, misóginos e lgbtfóbicos.

O fato de estabelecer os critérios da pesquisa, conduziu-nos a perceber as dimensões de gênero, raça, classe e geração. Fazer uso do ciberespaço, como *locus* para o desenvolvimento da pesquisa, nos possibilitou constatar esse espaço como um campo fértil para discussões com pesquisas desenvolvidas sobre mulheres negras e o mundo do trabalho. Refletir como as mulheres negras empreendedoras se organizaram nas plataformas digitais e se autodefiniram, foi o nosso grande objetivo nesse trabalho. Porém, isso só foi possível, porque o feminismo negro, de base decolonial e local, nos possibilitou com suas pautas, lutas e resistências que as vozes das mulheres negras “que empreendem” ecoassem em todos os espaços sociais, virtuais e em marcha nas ruas.

REFERÊNCIAS

ADICHEI, ChimamandaNgozi. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das letras, 2019.

AGUIAR, Itamar Pereira de. **Do púlpito ao baquiço**: religião e laços familiares na trama da ocupação do sertão da Ressaca. Tese (Doutorado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), São Paulo, 2007.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Jandaíra, 2020.

ALMEIDA, Silva Luiz de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte (MG): Letramento, 2018.

ATHAYDE, Rosângela Santos. **As feiras pretas das yabás**: empreendedorismo como forma de resistência das mulheres negras. Monografia (Licenciatura em Ciências Sociais, Universidade do Estado da Bahia), Salvador, 2020.

BARDIN. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

_____. **Análise de conteúdo**. Lisboa, edições 70, 1979.

_____. **L'Analyse de contenu**. Editora: PressesUniversitaires de France, 1977.

BUENO, Winnie. **Imagens de Controle**: Um conceito do pensamento de Patricia Hill Collins. Porto Alegre: Ed Zouk, 2020.

BARROS, Zelinda. Feminismo negro na internet: Cyberfeminismo ou ativismo digital? 2009. Disponível em: https://www.academia.edu/1497162/Feminismo_negro_na_Internet. Acesso em: jan. 2022.

BARROS, Zelinda dos Santos. **Implicações da formação a distância para o ensino de história e cultura afro-brasileiras**. Tese (Doutorado em Estudos Étnicos e Africanos, Universidade Federal da Bahia), Salvador, 2013.

BORGES, Luzineide. O lugar do feminismo negro no cotidiano de mulheres de Axé. **Pró-Discente**: Caderno de Produção Acadêmico-Científica. Vitória-ES, v. 26, n. 1, p. 128-149, jan./jun. 2020.

BEDÊ, Marco Aurélio (Coord.). **Os donos de negócio no Brasil**: análise por raça/cor (2003 – 2013). Brasília: Sebrae, 2015.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade** / Com textos de Henry Jenkins e John Hartley; Tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

CARDOSO, Cláudia Pons. **Outras falas: feminismos na perspectiva de mulheres negras brasileiras**. Tese (Doutorado em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismo). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

_____. **Amefricanidade: Proposta feminista negra de organização política e transformação social**, 2019. Disponível em: <https://forum.lasaweb.org/files/vol50issue3/Dossier-Lelia-Gonzalez-2.pdf>. Acesso em 01 de novembro de 2021.

CARNEIRO, Sueli Aparecida. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. Tese (Doutorado em Educação, Universidade de São Paulo), São Paulo, 2005.

CARDOZO, Glenda Dantas. **Rotas para a liberdade: ociberativismo de mulheres negras na plataforma Conexão Malunga**. Monografia (Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo, Universidade Federal da Bahia), Salvador, 2021.

CONCEIÇÃO, Luciane dos Reis. **Mercafro: a intelectualidade negra nos processos formativos empresariais**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Gestão Social, Universidade Federal da Bahia), Salvador, 2021.

CRUSOÉ, Nilma Margarida de Castro. **Prática pedagógica interdisciplinar na escola fundamental: sentidos atribuídos pelas professoras**. Tese (Doutorado em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010.

COLLINS, Patrícia Hill. **Pensamento Feminista Negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2019.

_____. Aprendendo com a outsider within: A significação sociológica do pensamento feminista negro. **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, nº 1 Janeiro/Abril 2016.

COLLINS, Patrícia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. Tradução: Rane Souza. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

CRUZ, Cintia Tâmara Pinto da. **Os cabelos mágicos: identidade e consumo de mulheres afrodescendentes no instituto beleza natural**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia), Cachoeira, 2013.

D'ANDRÉA, Carlos . Para além dos “dados coletados”: políticas das APIs e mediações algorítmicas nas plataformas de mídia social. **XIX Encontro Anual da Compós**, Campo Grande, 2020.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa**. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/ex10xsn>. Acesso em 24 de fevereiro de 2022.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor prática e princípios**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

DURE, Deborah Michel; CEOLIN, Patrícia. **O crescimento do youtube no brasil e a popularidade do canal nostalgia**, 2016. Disponível em: https://www.riobrancofac.edu.br/site/doc/simposios/2016/O-crescimento-do-youtube-no-Brasil_Deborah-Dure.pdf. Acesso em 20 de abril de 2022.

Empreendedorismo negro no Brasil. Feira Preta/ JP Morgan/ Plano CDE, 2019. Disponível em: <https://www.planocde.com.br/site2018/wp-content/uploads/2020/05/PlanoCDEFeiraPreta-JPMorgan.pdf>. Acesso em 01 de novembro de 2021.

FERREIRA, Roberto Guedes. **Estratégias de Mobilidade Social em Sociedades Escravistas**. Uma análise comparada (Porto Feliz/São Paulo/ Brasil e Torbee/São Domingos, séc. XVIII e XIX). Fronteiras, Dourados, vol. 10, n° 18, 2008, MS, p. 51-93.

FIGUEIREDO, Angela. **Classe Média Negra: trajetórias e perfis**. EDUFBA, Salvador, 2012.

FREITAS, Adalaete Souza de. **“Empoderamento Crespo”**. Um estudo sobre corpo e estética de Mulheres Negras que participam do grupo Crespo@s e Cacheado@s em Jéquié – Bahia. Dissertação (Mestrado em Relações Étnicas e Contemporaneidade, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia), Jequié, 2018.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR EMPREENDEDORISMO NO BRASIL 2019. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2020.

GOMES, Almiralva Ferraz. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: UESB, 2006.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P.; MARTINS, C. M. F. Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014.

GOMES, Nilma Lino. **Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolos da identidade Negra**. 2º ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos**. RIOS, Flavia; LIMA, Márcia (Orgs.). 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

_____. **A categoria político-cultural de amefricanidade**. In: Tempo Brasileiro. Rio de Janeiro, n° 92/93 (jan./jun.), 1988b, p. 69-82.

HALBWACHS, M. *A Memória coletiva*. Trad.de Laurent Léon Schaffter. São Paulo, Vértice/Revista dos Tribunais, 1990. Tradução de: La mémoire collective.

IBGE. Estatística de Gênero. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=0&cat=-1,1,2,-2,3,4,3,128&ind=4707>. Acesso em: 15 ago. 2019.

_____. **Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil**: [Rio de Janeiro]: IBGE, 2019. (Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica, nº 41). Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf. Acesso em 01 de novembro de 2021.

IVO, Isnara Pereira. **Homens de caminho**: trânsitos culturais, comércio e cores nos sertões da América Portuguesa. Século XVIII. Tese (Doutorado em História da Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Federal de Minas Gerais) Belo Horizonte, 2009.

IDBR - Instituto Identidades do Brasil. **Saúde financeira de mulheres negras em tempos de Covid-19**, junho, 2020.

_____. **Homens de caminho**: trânsitos culturais, comércio e cores nos sertões da América Portuguesa. Século XVIII. Vitória da Conquista: UESB, 2012.

_____. **O Anjo da Morte contra o Santo Lenho**: poder, vingança e cotidiano no Sertão da Bahia. Vitória da Conquista: UESB, 2004.

IPEA. Famílias chefiadas por mulheres, segundo cor/raça da chefe de família e localização do domicílio. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html. Acesso em: 15 ago. 2019.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação**— episódios de racismo cotidiano. 1 ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LEMONS, Lindrielli Rocha. **O afroempreendedorismo: saber tradicional, empoderamento e contribuição à indústria criativa**. In: *Extraprensa*, São Paulo, v. 12, n. esp., p. 861 – 879, set. 2019. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/153975>. Acesso em: 23 abr. 2020.

LIMA, Keren Fonseca de. **Negra sí! negra soy!** Os impactos do ativismo digital negrofeminista na autodefinição de mulheres negras. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social, Universidade Federal de Alagoas), Maceió – AL, 2021

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MOTA, Daniel Santos. **História, memória e ideologia**: uma análise das narrativas memorialísticas da conquista do Sertão da Ressaca. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Programa de Pós-graduação em Memória, Linguagem e Sociedade, Vitória da Conquista, 2019.

MOREIRA, Núbia Regina. **A organização das feministas negras no Brasil**. 2ª ed. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2018.

MOURA, Clóvis. **Rebeliões da Senzala**. São Paulo: Lech Livraria Editora Ciências Humanas, 1981.

MONTEIRO, J. A. A atividade empreendedora e imagens construídas sobre o negro na sociedade brasileira. In: **Superando os desafios sendo um empreendedor afro-brasileiro**. NorianSegatto (org.). CEABRA. São Paulo: Limiar. 2005.

MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Universidade Federal Fluminense, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acesso em 24 de fevereiro de 2022.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: Identidade nacional versus identidade negra**. 5 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

_____. Negritude e identidade negra ou afrodescendente: um racismo ao avesso? **Revista da ABPN**, v. 4, n. 8, jul.–out. 2012, p. 06-14.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. **“Meu dinheiro tem cor!”: Afroempreendedorismo Brasileiro e Identidade**. Dissertação. (Mestrado em Ciências Sociais). Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2020.

_____. **Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica**. III Seminário de Ciências Sociais – PGCS UFES, Vitória, 2018.

NASCIMENTO. Washington Santos Nascimento. **Construindo o “negro”**: lugares, civilidades e festas em Vitória da Conquista/BA (1870 – 1930). Dissertação (Mestrado Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), São Paulo, 2008.

NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afrobrasileiro**: desafios históricos e perspectivas para o século 21. Florianópolis: Atilênde, 2013.

NOGUEIRA, Martha Maria Brito. **Mulher Negra e Empoderamento: Trajetória e memórias de Dona Dió do acarajé na cidade de Vitória da Conquista**. Dissertação (Mestrado em Relações Étnicas e Contemporaneidade, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia), Jéquie, 2016.

_____. Empoderamento das mulheres negras: cultura, tradição e protagonismo de Dona Dió do acarajé na “lavagem do beco”. **Revista Mosaico**, v. 10, p. 174-190, 2017.

NOGUEIRA, Martha Maria Brito; IVO, Isnara Pereira. O silêncio das cores no Sertão da Ressaca: a descendência de João Gonçalves – século XIX. **IX Colóquio do Museu Pedagógico**, 2011. Disponível em: <http://anais.uesb.br/index.php/cmp/article/view/2691/2357>. Acesso em 02 de novembro de 2021.

NOVAIS, Idelma Aparecida Ferreira. **Produção e Comércio na Imperial Vila da Vitória (Bahia, 1840-1888)**. Dissertação (Mestrado em História, Universidade Federal da Bahia), Salvador, 2008.

OLIVEIRA, Maria Helena Ferraz de. **Memória e história do movimento de Mulheres de Vitória da Conquista: surgimento e influências**. Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas. Ano XVIII, v. 18, nº. 32, jul./dez. 2021.

OLIVEIRA, Renata Ferreira de. **Índios paneiros no planalto da conquista: do Massacre e o (quase) extermínio aos dias atuais**. 2012. Dissertação. (Mestrado em História). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal da Bahia, Salvador.

ORRICO, Israel Araújo. **Mulheres que fizeram história em Conquista**. Vitória da Conquista: Brasil Artes Gráficas, 1982.

PACHECO, Ana Cláudia Lemos. **Mulher negra: afetividade e solidão**. Salvador: ÉDUFBA, 2013.

_____. **“Branca para casar, mulata para f...., negra para trabalhar”**: escolhas afetivas e significados de solidão entre mulheres negras em Salvador, Bahia. Tese (Doutorado em Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas), Campinas, 2008.

PACHECO, Ana Cláudia Lemos; NOGUEIRA, Martha Maria Brito. MULHER NEGRA: INTERSECCIONANDO GÊNERO, RAÇA, CLASSE, CULTURA E EDUCAÇÃO. **Revista da FAEBA – Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 25, n. 45, p. 89-99, jan./abr. 2016.

PAIVA, Eduardo França. Senhores “pretos”, filhos “crioulos”, escravos “negros”; por uma problematização histórica da “qualidade”, “cor”, e das dinâmicas de mestiçagens na Ibero - América. Org.(s) IVO, Isnara pereira. PAIVA, Eduardo França. Dinâmicas de mestiçagens no mundo moderno: sociedades, culturas e trabalho. Vitória da Conquista, Edições UESB, 2016.

PASSOS, Flávio José dos. **Beco de (Vó) Dola: territorialidade e ancestralidade negra em Vitória da Conquista**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), São Paulo, 2012.

PICHARDO, OchyCuriel. Construindo metologias feministas a partir do feminismo descolonial. Tradução Joana Maria Leôncio Núñez. In: IrantzuMendiaAzkue, Marta Luxán, MatxalenLegarreta, Gloria Guzmán, IkerZirion, JokinAzpiazuCarballo (orgs.) **Otrasformas de (re)conocer: Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista**. EGOA. Bilbao, País Basco, 2014.

REZENDE, Ana Flávia; MAFRA, Flávia Luciana Naves; PEREIRA, Jussara Jéssica. Empreendedorismo negro e salões étnicos: possibilidades de resistências na (re) construção social da identidade negra. **Revista Organizações e Sociedade**. V. 25, n. 87, p. 589-609, out./dez. 2018.

SANTANA, Aurelane Alves. **A crise do trabalho na cafeicultura de Vitória da Conquista – Bahia**. Dissertação (Mestrado em Geografia, Universidade Federal da Paraíba), Paraíba, 2016.

SANTOS, Rosiene Aguiar. **O funcionamento discursivo do enunciado “intervenção militar já” nas mídias digitais: memória, metáfora e efeitos-sentido**. Dissertação (Mestrado em Linguística, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia). Vitória da Conquista, 2020.

SANTOS, Carla Liane N. dos. **Sociabilidades Itinerantes dos Trabalhadores Ambulantes em Salvador-Ba: Um Percurso de Desqualificação Social?** Tese (Doutorado em Sociologia) Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2010.

SANTOS, EdyLawson Silva. **Relações raciais e empreendedorismo: um estudo sobre negros empreendedores na região metropolitana do Rio de Janeiro**. Dissertação (Mestrado em Administração, Universidade Federal de Goiás), Goiânia, 2017.

SANTOS, Flávio Gonçalves dos. **Economia e cultura do Candomblé na Bahia: o comércio de objetos litúrgicos afro-brasileiros – 1850/1937**. Ilhéus: Editus, 2013.

SANTOS, Maria Angélica dos. **O lado negro do empreendedorismo: afroempreendedorismo e blackmoney**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

SANTOS, Vanessa Caroline Silva. **“A prosa é longa e o processo é lento”**: O legado afrojequeense de Dionília Gomes (Filhinha da Feijoada). Dissertação (Mestrado em Relações Étnicas e Contemporaneidade, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Jequié, 2020.

SANTOS, Ocerlan Ferreira. Memórias da Escravidão e das Mestiçagens no Sertão da Bahia do século XIX. 207 f. Dissertação (Mestrado em Memória Linguagem e Sociedade).

SEBRAE. Os donos de negócio no Brasil: análise por raça/cor (2001 a 2014). Brasília: 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: 30 de junho de 2021.

SILVA, Amanda Salles da; OLIVEIRA, Bianca Barbosa. **O empoderamento da mulher através da economia solidária enquanto alternativa para emprego e renda**. Disponível em:<https://base.socioeco.org/docs/rendaeemprego.pdf>. Acesso em 27 de junho de 2020.

SILVA, Gleicy Maillyda. **Empreendimentos sociais, negócios culturais**: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo. Tese (doutorado) – Universidade de São Paulo, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2017.

_____. **Cultura negra e empreendedorismo: sensibilidades políticas a reivindicações econômicas e o engajamento através do mercado.** **Anuário Antropológico**, Brasília, UnB, v. 43, n. 1, p. 11-36, 2018.

SILVA, Manuel Carlos. **Etnicidade, racismo e representações sociais: os imigrantes africanos vistos por portugueses no distrito de Braga.** In: OLIVA, Anderson Ribeiro *et al.* (Orgs.). **Tecendo Redes Antiracistas: África, Brasis, Portugal.** Belo Horizonte: Autêntica, Coleção Cultura Negra e Identidades, 2019.

SOARES, Cecília Moreira. **Mulher negra na Bahia no século XIX.** 1994. Dissertação (Mestrado em História), Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFBA.

_____. **Encontros, desencontros e (Re) encontros da identidade religiosa de matriz africana: A história de Cecília do Bonocô Onã Sabagi.** Tese (Doutorado em Antropologia), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

SOARES, Charlene Carvalho. **Raça e mercado: os casos de afroempreendedorismo no Rio de Janeiro e Salvador-Brasil.** Dissertação (Mestrado em Sociologia, Universidade Federal Fluminense), Niterói – RJ, 2021.

SOARES, Cecília Conceição Moreira; JORGE, Grácia Lorena da Silva. **A memória afro-diaspórica feminina como metodologia para pesquisa em educação.** **Revista Práxis Educacional**, v.17, n.48, p. 78-94, out./dez., 2021.

SOUZA, Belarmino de Jesus. **Arreios, Currais e Porteiras – Uma leitura da vida política em Conquista na Primeira República.** Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), São Paulo, 1999.

SOUSA, Maria Aparecida Silva de. **A conquista do Sertão da Ressaca: povoamento e posse de terras no interior da Bahia.** Vitória da Conquista, 2001, ed. UESB.

VIANA, Anibal Lopes. **Revista Histórica de Vitória da Conquista, Vol. I.** Vitória da Conquista: s.ed., 1982.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto.** **Temáticas**, Campinas, 22, (44): p. 201-218, ago/dez. 2014.

WIED-NEUWIED, M. **Viagem ao Brasil.** Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora da USP, 1989.(Coleção reconquista do Brasil. 2. Série; v.156).

XAVIER, Giovana. **Os mistérios do "empório da beleza": gênero, raça, cosmética e transnacionalismo no pós-abolição (Brasil e EUA, anos 1920)**. XXVII Simpósio Nacional de História, Natal, julho, 2013.

ANEXOS 01: PÁGINAS DOS INSTAGRAMS DAS MULHERES NEGRAS AFROEMPREENDEDORAS

← **nessyatranças** 🔔 ⋮



406 Posts **3.017** Followers **1.044** Following

NESSYA TRANÇAS
 Beleza, cosméticos e cuidados pessoais
 Trabalho diretamente com a sua auto estima 🍷
 •Box Braids/ Chochochet Braids/ Entrelace
 •Twist / Nagô/ Dreads Sinté... mais
 Ver tradução
wa.me/message/MOXVCUDLWTQON1
 Seguido(a) por **nubiareginamoreira**, **jubarreto31** e outras 57 pessoas

Seguindo Mensagem Contato +P

Dicas ✨ Dreads Twist Crochet Braids Ent

← **luizamakeupstudio** 🔔 ⋮



560 Posts **33,7 mil** Followers **2.447** Following

LUIZA RODRIGUES
 Criador(a) de conteúdo digital
 MAKE | DICAS | CLOSE
 Contato:Luizarmua@gmail.com
 Agendamentos: 77981175574
 ESPECIALISTA EM PELE PRETA
 COMO SE MAQUIAR DE MANEIRA PRÁTICA 🍷
 Ver tradução
bit.ly/37GLoCl
 Seguido(a) por **lapaellen**, **cachosdabruna** e outras 88 pessoas

Seguindo Mensagem Contato +P

Mainha 🍷 Alô donodoba... Franbyfr Mboom Alé d

← **cbe.terapiadoscachos** 🔔 ⋮



321 Posts **3.599** Followers **553** Following

Terapia dos Cachos Loja/Salão
 Beleza, cosméticos e cuidados pessoais
 ✨ LUGAR DE VALORIZAÇÃO DA BELEZA NATURAL ✨
 ✨ Cortes ✨ Tratamentos ✨ Sobrancelhas ✨ Produtos
 Atendimento somente com horário agendado no link abaixo: 📞
 Ver tradução
linktr.ee/Terapiadoscachos.lojaesalaos
 Seguido(a) por **maiaa.ribeiro**, **maizarribeiro** e outras 28 pessoas

Seguindo Mensagem Contato +P

Feedback Tratamentos Big Chop Penteados Clier

← **lilabarretooficial** 🔔 ⋮



385 Posts **7.932** Followers **7.038** Following

Lila Barreto
 Saúde/beleza
 Esteticista Facial
 Mais de 6.500 alunas em 8 países
 Meu negócio é tocar em vidas através da estética 🍷
 Diretora da @clinicalilabarreto
 Ver tradução
linktr.ee/lilabarretooficial
 Seguido(a) por **jubarreto31**, **luizamakeupstudio** e outras 38 pessoas

Seguindo Mensagem Contato +P

Depoimentos... Contato Localização Feed

← **trancasdebruna** 🔔 ⋮



112 Posts **1.464** Followers **246** Following

Bruna Larissa 🍷
 Criador(a) de conteúdo digital
 Tranças Box Braids.
 Crochê Braids
 Tranças Nagô
 VCA-Ba
 Valorizando a beleza da mulher preta
 Ver tradução
 Seguido(a) por **cachosdabruna**, **_braidslauraa** e outras 27 pessoas

Seguindo Mensagem Contato +P

Lavando Nina Espaço Tranç... Lavar Tranças

ANEXO 02: MOVIMENTOS SOCIAIS REALIZADOS PELAS COLABORADORAS



Grupo Elo

Fonte: <https://www.facebook.com/Grupo-ELO-135175583319743/> acesso em 24/03/ 2022.



ORGANIZADORAS DO ENCRSPA CONQUISTA

Fonte: <https://www.facebook.com/search/photos/?q=encrespa%20conquista> acesso em 23/03/ 2022.