

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO (PPGTUR)

VANDERLÉIA RICARDO DA SILVA

A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo: o capital intelectual como força propulsora na “difusão” do movimento da população negra afroempreendedora

São Paulo

2021

VANDERLÉIA RICARDO DA SILVA

A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo: o capital intelectual como força propulsora na “difusão” do movimento da população negra afroempreendedora

Versão Corrigida

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências.

Área de Concentração:
Desenvolvimento do Turismo

Orientador: Prof. Dr. Reinaldo Miranda de Sá Teles

São Paulo

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

CRB 8 - 4936

Silva, Vanderléia Ricardo da

A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo: o capital intelectual como força propulsora na "difusão" do movimento da população negra afroempreendedora / Vanderléia Ricardo da Silva ; orientador, Reinaldo Miranda de Sá Teles. – 2021.

182 f : il.

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Versão corrigida

1. Turismo de eventos - São Paulo (SP). 2. Turismo de negócios - São Paulo (SP). 3. Negros. 4. Empreendedorismo. 5. Festival Feira Preta - São Paulo (SP). I. Teles, Reinaldo Miranda de Sá, orient. II. Título.

CDD 22.ed. – .910.981611

Nome: SILVA, Vanderléia Ricardo da

Título: **A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo:** O capital intelectual como força propulsora na “difusão” do movimento da população negra afroempreendedora.

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo como exigência para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Aprovada em: **10/06/2021**

Banca Examinadora

Prof. Dr.: Reinaldo Miranda de Sá Teles (Presidente)

Instituição: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo

Julgamento: Aprovada

Profa. Dra.: Gislene Aparecida dos Santos

Instituição: Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo

Julgamento: Aprovada

Prof. Dr.: Guilherme A. P. Malta

Instituição: Universidade Federal de Juiz de Fora

Julgamento: Aprovada

Prof. Dr.: Alexandre Panosso Netto

Instituição: Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo

Julgamento: Aprovada

Aos afroempreendedores entrevistados

Os afronegócios praticados em feiras e/ou festivais “*são negócios comandados por pretos e pardos, os quais reagem às práticas cotidianas do racismo estrutural e investem em diferentes atividades, esse movimento reafirma a exclusão econômica dessa parcela da população, reflexo da falta de participação de corporações em ações afirmativas colaborando com invisibilizabilidade do potencial da população negra.*” (SILVA, Vanderléia Ricardo da. 2019).

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que doaram um pouco de seu tempo para discussões sobre racismo, afroempreendedorismo, feiras étnicas, eventos científicos e eventuais temáticos relacionadas a pesquisa.

Minha família, que colaborou imensamente para a realização desse sonho, me mostrando que a educação pode ser um meio inteligente de ultrapassar obstáculos. Minha mãe Pedrelina Augusta da Silva (*in memoriam*) e meu pai Sebastião Ricardo da Silva, que foram incansáveis e, mesmo diante de muita dificuldade, nunca pensaram em desistir dos nossos estudos.

Minhas irmãs Cidália e Anália, as quais também reservaram um tempo precioso para algumas discussões sobre o tema e sempre estiveram atentas à minha saúde, antes e pós Covid-19. Meus irmãos, Vanderlei Ricardo e Deomário Castilho, que também apostaram aqui alguns palpites. À guerreira Tia Luzia Augusta da Conceição e aos Tios Antônio, Maria e Eva (*in memoriam*), Marlene Lima, Shirley Monteiro, Julia Monteiro Castilho, Ana Lúcia, Carlos Crichi, Adilson Valêncio (Ringo), Suzilei Batista, Wania Nunes, Wagner & Maria Salazar, Ricardo & Andrea Borges, Sidinei Damasceno, Nívea Trojer, Luciana & Camila Porto, Sylvia D'Almeida, Juliana Gomes, Rosilda Tita, Prof. Dr. Christian Moura, Prof. Dr. Guilherme Malta, Profa. Dra. Gislene Alves, Prof. Rogério Ba-Senga, Prof. Allan da Rosa, Prof. Sandro Oxay, Prof. Me. Marcelo Tomé, Prof. Ricardo Fernandes, Profa. Dra. Cynthia Mello, Profa. Dra. Christianne Luce agradeço todo apoio, amizade e palavras de conforto.

Ao meu orientador, professor e supervisor de estágio, Prof. Dr. Reinaldo Teles que além de me mostrar os caminhos envolventes da pesquisa, me aproximou da realidade da vida acadêmica, com atuação na banca de graduação, participação no estágio da Disciplina Espaço Geográfico II, participação em eventos científicos, submissão de resumos expandidos, apresentação e publicação. Além de se mostrar uma pessoa sensível a todas as dificuldades ao longo desta pesquisa.

Agradeço também ao Prof. Dr. Alexandre Panosso Netto, o qual me recebeu na EACH-USP, em 2017, como aluna ouvinte, me fazendo acreditar que o mestrado era possível para mim.

Aos afroempreendedores, que durante a pesquisa não hesitaram em contribuir e dos quais, diante de perspectiva de valorização do trabalho, consumi, indiquei e apoiei. A cada notícia recebida, vibrei com a ascensão destes trabalhadores, ao

participar de entrevistas para jornais, palestras, ver amigos comprando e ser selecionados para eventos. Mesmo à distância agradeço por ainda estarmos conectados e reforço que sem os mesmos esta pesquisa não encontraria êxito.

Durante o período da pesquisa, atuei profissionalmente na Central de Informações Turísticas do Aeroporto de Congonhas, experiência que também me ajudou a entender o ponto de vista de colegas turismólogos sobre a diversidade nos eventos da cidade de São Paulo, auxiliando na compreensão de alguns debates presentes durante a pesquisa. Alí, Lucas Cardoso, Maria Romana, Pâmela Passuelo, Sabrina Kerbej, Cristiana Rocha, Nayelen Deville, Karina Aquino, Sara Yumi entre outros colegas, tornaram os dias mais leves e suaves, mesmo diante da desvalorização do profissional de turismo e a omissão dos direitos desta classe profissional.

Enfim, à academia, a qual me trouxe novas amizades, me auxiliou no desenvolvimento de uma visão crítica e me proporcionou conhecer novos autores. Além do relacionamento com a SMtur, SPTuris, Memorial da América Latina, Associação Vida Jovem, Sócio DevoLer, Teatro Solano Trindade, Consulado da África do Sul, Fundação Casa - Av. do Estado, Escola da Cidadania – Programa Articulações – UNIFESP/Diadema-SP, AAPBC-SP, PPGTUR-USP, PPGAS-USP, EFFETO-UFMG e FIA LABFIN-PROVAR.

“o dia que chove eu sou mendiga”

Carolina Maria de Jesus

RESUMO

SILVA, Vanderléia Ricardo da. **A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo: o capital intelectual como força propulsora na “difusão” do movimento da população negra afroempreendedora.** 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências) — Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

O turismo é um fenômeno social e, sob esta perspectiva, busca-se o aprofundamento do seu impacto na sociedade, na tentativa de entender complexidade desse fenômeno. Alguns estudos nos campos da antropologia, geografia, economia, entre outros, têm revelado que o turismo é um fenômeno que envolve fluxo, ação empreendedora, políticas públicas e importantes questões de ordem social. Na busca pela compreensão desse fenômeno, buscar-se-á nesta pesquisa esclarecer quanto o turismo de negócios e eventos contribui para fortalecer o capital cultural da população negra por meio do empreendedorismo, conhecido como “afroempreendedorismo”. Para elucidar essa questão, o objeto de pesquisa eleito foi o Festival Feira Preta (FFP), evento que ocorre anualmente em São Paulo. O FFP é um evento cultural étnico que apresenta diversidade cultural, demonstrada através de diferentes tipos de manifestações da população negra, incluindo ações empreendedoras, artísticas e educacionais entre pares, fortalecendo a relação com a circulação do dinheiro entre negros, seja como afroempreendedor ou como consumidor. A atuação do povo conflui com o “resgate e promoção de sua singularidade, identidades culturais, remontando por vez, seu laço histórico” (PIRES, 2009) e valendo-se de uma ação empreendedora. O estudo de caso FFP-SP servirá de fonte de informação para o alcance do objetivo definido. A base desta pesquisa é entender a movimentação da população negra empreendedora no processo de inserção na cadeia produtiva, sua contribuição para o fortalecimento do capital cultural construído pela diáspora e qual sua importância para os empreendedores. Inicialmente, considerando o conhecimento baseado na experiência, este estudo seguiu o método empírico-indutivo, atribuindo ao conjunto de elementos da pesquisa a amostra do seu histórico de edições e sua comunicação por meio de eventos, identificando a influência que ele tem sob os empreendedores.

Palavras Chaves: Turismo de Negócios e Eventos, Racismo, Afroempreendedorismo, Festival Feira Preta.

ABSTRACT

SILVA, Vanderléia Ricardo da. **The insertion of the Feira Preta Festival in the event tourism calendar of the city of São Paulo:** intellectual capital as a driving force in the “diffusion” of the Afro-entrepreneurial black population movement. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências) — Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Tourism is a social phenomenon, and, from this perspective, we seek to deepen its impact on society in an attempt to understand the complexity of this phenomenon. Some studies in the fields of anthropology, geography, economics, among others, have revealed that tourism is a phenomenon that involves flow, entrepreneurial action, public policies and important social issues. In seeking to understand this phenomenon, this research will seek to clarify how business tourism and events contributes to strengthen the cultural capital of the black population through entrepreneurship known as "Black entrepreneurship". To elucidate this issue, the research object chosen was the Feira Preta Festival, an event that takes place annually in São Paulo. The Feira Preta Festival is an ethnic cultural event, which presents cultural diversity, demonstrated through different types of manifestations of the black population, including entrepreneurial, artistic and educational actions by peers, strengthening the relationship with the circulation of money among blacks, whether as a Black entrepreneur or as a consumer. The actions of the people converge with the “rescue and promotion of their uniqueness, cultural identities, going back in time to their historical bond” (PIRES, 2009) and using an entrepreneurial action. The case study Feira Preta Festival São Paulo will serve as a source of information to reach the defined objective. The basis of this research was to understand the movement of the entrepreneurial black population in the process of insertion in the productive chain and its contribution to the strengthening of the cultural capital built by the diaspora and its importance for entrepreneurs. Initially, considering the experience-based knowledge, this study followed the empirical-inductive method, assigning to the set of research elements the sample of its editing history and its communication through events, identifying the influence that it has on entrepreneurs.

Keys Words: Business Tourism and Events, Racism, Black entrepreneurship, Feira Preta Festival.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAPBC — Associação dos Amigos da Praça da Benedito Calixto
AFROLAB — Consultoria de Afroempreendedorismo do Instituto Feira Preta
BM — Black Money
CBD — *Central Bussiness District (Distrito Central de Negócios)*
CCBB — Centro Cultural Banco do Brasil
CCISEN — Câmara de Comércio da Indústria e Serviço do Empresário Negro
CELACC — Centro de Estudos Latinos Americanos
CET — Companhia de Engenharia de Trafego
CMSP — Câmara Municipal dos Vereadores de São Paulo
CNPJ — Cadastro de Pessoa Jurídica
CONFETUR — Conferência de Turismo de São Paulo
CPF — Cadastro de Pessoa Física
CTH — Centro Histórico Tradicional
D.O.U. — Diário Oficial da União
EMBRATUR — Instituto Brasileiro de Turismo
ETHOS — Instituto de Empresas e Responsabilidade Social
EUA — Estados Unidos das Américas
FCP — Fundação Cultural Palmares
FFP — Festival Feira Preta
FGTS — Fundo de Garantia por Tempo de Trabalho
FIPE — Fundação Instituto de Pesquisa Econômica
GEM — *Global Entreprenership Monitor*
GPA — Grupo Pão de Açúcar
IBD — Instituto Brasileiro da Diversidade
IBGE — Instituto de Geografia e Estatística
ICCA — International Congress and Convention Association
ID_BR — Instituto Identidade Brasil
IPEA — Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
ISS — Imposto Sobre Serviço
JETRO — Japan External Trade Organization

KEREN — Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil

LDB — Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira

MASP — Museu de Arte Assis Chateaubriand

MBM — Movimento *Black Money*

MEI — Microempreendedor Individual

MERCOSUL — Mercado de Comércio do Sul

ONU — Organização das Nações Unidas

PEC — Proposta de Emenda Constituição

PLAMPIR — Plano de Promoção de Igualdade Racial

PLATUM — Plano Municipal do Turismo

PNAD — Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio

ProacSP — Programa de Ação Cultural São Paulo

PRONAC — Programa Nacional de Apoio à Cultura

SAE — Secretaria de Assuntos Estratégicos

SEBRAE — Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEFAZ — Secretaria da Fazenda

SEPPIR — Secretaria Nacional de Políticas de Promoção da Igualdade Racial

SESC — Serviço Social do Comercial

SMTur — Secretaria Municipal do Turismo

SPCVB — São Paulo *Convexion Visitor Bureau*

TACV — Transportes Aéreos de Cabo Verde

TEDxSão Paulo — Independently Organizad TED Event

UBRAFE — União Brasileira de Produtores de Feiras

UFMG — Universidade Federal de Minas Gerais

UNICs — *United Nations Information Centres* (Centros de Informação das Nações Unidas)

VARIG — Viação Aérea Rio-Grandense

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Seguidores do Festival Feira Preta no Instagram.....	67
Figura 2 — Negócios da Perifa.....	71
Figura 3 — Adriana Barbosa, entre os 51 negros mais influentes do mundo.....	77
Figura 4 — Revista Panrotas/Edição Especial Consciência Negra Black Money.....	88
Figura 5 — Onde o turismo prospera as mulheres prosperam.....	100
Figura 6 — Por que ela ainda é exceção?.....	138

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 — Concentração da população negra em São Paulo.....	49
Mapa 2 — Circuito de compras.....	51
Mapa 3 — Rendimento médio mensal dos domicílios particulares permanentes.....	64

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 — Localização comercial dos Afroempreendedores entrevistados.....	117
Gráfico 2 — Idade dos Afroempreendedores entrevistados.....	118

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Surgimento da Feira Preta.....	81
Quadro 2 — Dados do consumo identitário da população negra.....	113
Quadro 3 — Perfil do Afroempreendedor participante da pesquisa.....	115
Quadro 4 — Desenvolvimento do negócio por meio de fomento e/ou investimento.....	120
Quadro 5 — Comunicação entre Afroempreendedores e clientes.....	127
Quadro 6 — Distribuição do Pessoal por Cor ou Raça.....	139

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	EVENTOS ÉTNICOS E O FLUXO INTENSO DE PESSOAS E MERCADORIAS 28	
	2.1 FEIRAS ÉTNICAS: O MUNDO DAS ARTES TRADICIONAIS ÀS HIPERMODERNAS	28
	2.2 EVENTOS: SÃO PAULO, UMA OPORTUNIDADE PARA NOVAS EXPERIÊNCIAS	41
	2.3 FESTIVAL FEIRA PRETA: RESSIGNIFICANDO O AFROEMPREENDEDORISMO	53
3	REDE DE TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS	59
	3.1 TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS: A VISIBILIDADE DA REDE AFROEMPREENDEDORA	59
	3.2 FESTIVAL FEIRA PRETA: CONSUMO DA ARTE	72
	3.3 AFROEMPREENDEDORES: O NOSSO DINHEIRO NÃO TEM A COR QUE VOCÊ QUER	76
4	ENFRENTAMENTO DO RACISMO ESTRUTURAL	85
	4.1 RACISMO ESTRUTURAL: INSERÇÃO DO AFROEMPREENDEDORISMO NOS MEIOS DE PRODUÇÃO	85
	4.2 DESDOBRAMENTO DE POLÍTICAS AFIRMATIVAS DO GLOBAL PARA O LOCAL	95
5	DO ENFRENTAMENTO DO RACISMO ESTRUTURAL ÀS AÇÕES DE EMPREENDEDORISMO E CONSUMO	111
	5.1 O AFROEMPREENDEDORISMO E O CONSUMO IDENTITÁRIO	111
	5.2 AFIRMAÇÃO SOCIAL: ANÁLISE SOBRE A IMAGEM DA POPULAÇÃO NEGRA	130
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	146
	REFERÊNCIAS	158
	ANEXOS	172

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa compreende a análise dos afroempreendedores que atuam em eventos na cidade de São Paulo e o impacto dessa atividade para o setor de turismo. Acompanhar a realização do Festival Feira Preta em suas 17ª e 18ª edições (2018-2019) foi uma premissa para dar início ao trabalho e, concomitante, refletir a respeito do encaminhamento teórico possível para sua construção.

O Festival Feira Preta (FFP) foi investigado abrangendo suas circunstâncias de ação afirmativa e também em sua contribuição na formação de grupos voltados ao afroempreendedorismo da cidade de São Paulo, incidindo nos resultados do setor do turismo de eventos.

O afroempreendedorismo ganha destaque com o apontamento do crescimento de 29% no número de empreendedores negros, identificando 11,1 milhões de pessoas neste tipo de atividade econômica no Brasil. O estudo “Os *Donos de Negócio no Brasil: análise por raça/cor*”, realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), foi publicado em 2013 e contribuiu para um olhar crítico sobre a relevância do tema.

Nascimento (2018) e Oliveira (2018) reforçam que o termo afroempreendedorismo é novo diante de discussões acadêmicas¹, desta forma, por conta da escassez de literatura sobre o assunto, as palavras afroempreendedorismo e afroempreendedor geram dúvidas. Segundo Nascimento (2018), “a diferença está no tipo de negócio desenvolvido, de modo que, necessariamente, o afroempreendedor tenha que ser autodeclarado preto ou pardo e produzir e oferecer serviços que estejam relacionados com a valorização da identidade estética/cultural africana e afro-brasileira”, atividade econômica vinculada ao ativismo social e contra o racismo.

O afroempreendedorismo remonta toda a complexidade que a população negra perpassa frente às práticas racistas que sofrem no papel de empreendedores negros. Na pesquisa, os afroempreendedores entrevistados se autodeclararam negros

¹ Para Taís Oliveira, pesquisadora da Teoria de Economia Étnica, “o ano de 2018 foi o que mais teve publicações sobre o tema: ao todo foram 9. A maioria dos trabalhos são monografias (5), seguido de *paper* de evento (3), periódicos (2), tese (1), dissertação (1), livro (1) e capítulo de livro (1) e os trabalhos tratam principalmente de economia (5), identidade (4), racismo (4) e epistemologia (1)”. Para a autora existe a necessidade de se aprofundar nos estudos, “fato que demonstra a crescente observação e importância do tema”. Disponível em: <https://taisoliveira.me/o-que-os-brasileiros-estudam-sobre-afroempreendedorismo/>

e trabalham com produtos étnicos em eventos, elevando a cultura negra por meio de diferentes manifestações artísticas.

O evento FFP, intitulado “maior evento de cultura negra da América Latina” e concebido a partir dos moldes de incubadora de negócios Instituto Feira Preta, contempla shows musicais, mostra de artes plástica, teatro, dança, literatura, moda, gastronomia, entre outras demonstrações artísticas e culturais. Surgiu em 2002 e desde então já realizou dezoito edições.

Em sua 18ª edição o evento comemorou a maioria, tendo, ao longo desse período, recebido cerca de 170 mil pessoas, 900 artistas nacionais e internacionais, 1.200 expositores do Brasil e América Latina e movimentado cerca de 5 milhões de reais² em circulação monetária, validando a lógica de reprodução de capital.

Durante as 17ª e 18ª edições do FFP analisei suas propostas como incubadora de afroempreendedorismo, em perspectiva de entender quem eram os empreendedores e como se dá a dinâmica social deste grupo, além de identificar qual o impacto do evento na cidade. Outro ponto abordado foi fortalecimento de ações empreendedoras de um grupo socialmente minoritário, as quais contribuem na movimentação da periferia em direção ao centro.

Meu interesse por esta pesquisa tem início a partir da realidade familiar por mim vivenciada, na qual minorias sociais — como negros e indígenas — trabalham incansavelmente para prover seu sustento. Parte de minha família, no papel de empreendedores negros da década de 1970, não tinha conhecimento técnico, contudo trabalhava e investia parte do salário em pagar profissionais, tendo ainda que utilizar da sua força física em suas empreitadas a fim de reduzir custos. Esta parcela vivia às margens da cidade, amparada por consumidores que compartilhavam da mesma realidade, havendo inclusive uma relação de empréstimos pessoais e dívidas constantes.

Compondo a 2ª geração do núcleo familiar, em 2016, após mais 20 anos de trabalho, resolvi empreender. Tinha conhecimento técnico e estava confiante no meu capital intelectual, construído por meio de anos de estudos e experiência profissional, nada disso foi suficiente para me isentar de sentir o “racismo na pele”. O primeiro

² #FeiraPretaFaz18 - Festival Feira Preta ocupa a cidade durante os meses de novembro e dezembro com extensa programação focada na cultura e empreendedorismo negros. Disponível em: <https://pretahub.com/2019/11/08/feirapretafaz18-festival-feira-preta-ocupa-a-cidade-durante-os-meses-de-novembro-e-dezembro-com-extensa-programacao-focada-na-cultura-e-empreendedorismo-negros>

cliente de minha consultoria — uma multinacional com capital expressivo — aprovou a realização do projeto, mas ao definir a forma de pagamento resumiu: decidimos que vamos pagar com produtos e não com dinheiro. Situação não convencional no mundo dos negócios, uma vez que o trabalho qualificaria seu produto e garantiria reflexo direto em seus resultados financeiros.

Consciente de meu potencial, identifiquei a prática do racismo e não segui com o projeto, mas confesso a decepção e até mesmo o silenciamento desse fato por muito tempo. Depois do ocorrido, iniciei no ativismo e cursei uma pós-graduação em Educação e Relações Étnico Raciais e Sociedade. Na sequência ingressei no mestrado de Turismo e me envolvi com projetos de diversidade e inclusão, em ambientes que promoviam equipes diversas. Considero que a junção da área de atuação profissional somado ao conhecimento acadêmico foi a combinação perfeita para o desenvolvimento desta pesquisa.

Especialista em eventos, frequentava a Feira Preta desde 2016 e vi no evento a possibilidade de estudar o movimento de afroempreendedores atuando em diferentes segmentos, compreendendo, desta forma, seus obstáculos. Na 17ª edição do FFP, acompanhei o desafio de alguns afronegócios e mesmo após a 18ª edição nos mantemos conectados, numa relação de trocas de conhecimento, apoio, negócios e ativismo.

O trabalho analisa como a população negra — destaque aos índices de desemprego — reagiu à falta de políticas públicas de inserção no mercado de trabalho e, aderindo a “pejotização”, passou a ser dona do seu próprio negócio. Ademais, mesmo sem uma legislação que contribua com regularização das horas de trabalho, materiais adequados e ergonomia mínima para o trabalho saudável, como essa parcela da população começou a produzir e comercializar, em suas residências, seus produtos e serviços.

Os afroempreendedores, diante dos avanços da internet, utilizaram a rede em benefício próprio, por meio do fluxo significativo capaz de gerar publicidade acerca de seus produtos, divulgando vestuários, acessórios, itens de decoração, realizando promoções e eventos e aproximando sua mercadoria de amigos, familiares e clientes em geral.

Destaco ainda que por meio da internet, mesmo não atingindo diferentes camadas da sociedade, a população negra ocupou os espaços de fala e acalorou

discussões raciais, motivada por inúmeros eventos que acontecem no mundo e também na cidade de São Paulo.

Ao aprofundar os estudos a respeito do afroempreendedorismo, identifiquei a vulnerabilidade da população negra e ao longo do trabalho aponto os desafios presentes nos afronegócios. Complemento que essa pesquisa abre caminhos para debates, estudos e diferentes pesquisas acerca do afroempreendedorismo e da condição desigual da população negra.

Nesta pesquisa problematizo a discussão ao ponto de entender se um evento como o FFP, ao longo de sua existência e já estando em sua 18ª edição, contribui para uma maior inserção da população negra na cadeia produtiva. Acerca desse problema percorro diferentes pontos do enfrentamento do racismo estrutural.

Toda a pesquisa foi construída sob bases teóricas que contemplam a importância das ações afirmativas, do desenvolvimento de grupos de apoio entre pares e do fortalecimento da circulação monetária entre a população negra e pobre.

A metodologia é fundamentada no estudo qualitativo, no qual Veal (2011) considera que a abordagem qualitativa é mais “flexível e recursiva” do que na pesquisa quantitativa, promovendo uma maior participação do pesquisador no processo. Quanto à metodologia de levantamento de dados, para Gil (2006) a pesquisa tem a finalidade de ser exploratória, pela familiaridade com o tema escolhido.

A pesquisa está calçada no conhecimento empírico-indutivo, através do estudo de caso do evento FFP, atribuindo ao conjunto de elementos da pesquisa as visitas às 17ª e 18ª edição do evento, as quais envolveram a abordagem dos empreendedores, aplicando aos mesmos uma entrevista semiestruturada mediante um roteiro de 14 perguntas, anteriormente testadas para ser aplicadas no tempo médio de 15 minutos por pessoa, com objetivo de identificar a importância e o impacto do evento para os afroempreendedores presentes.

O estudo acrescenta dados exploratórios a partir de fontes secundárias, envolvendo informações colhidas em revistas, palestras, aulas, entrevistas, relatórios, associações, órgãos, institutos e pesquisas sobre a população negra na cidade de São Paulo. Durante a pesquisa foi consultado o site oficial do Instituto Feira Preta, entre outros documentos, do ponto de vista dos fundamentos exploratórios qualitativos, a respeito da realização do evento e destacando o conhecimento das

técnicas utilizadas dentro do problema escolhido, e quantitativos, em relação ao tamanho do evento, demonstrando assim seu cenário atual.

Foram utilizadas bases teóricas como o Hiperconsumismo (LIPOVETSKY, 2004), Epistemologia do Sul (BOAVENTURA, 2009), Tempos Líquidos (BAUMAN, 2007) e Racismo Estrutural (ALMEIDA, 2018), além da contribuição do grande geógrafo Milton Santos (1960;2007; 2017;2012), entre outras obras. E já nessa primeira fase da revisão crítica da literatura percebeu-se que os teóricos contemporâneos, como Lipovetsky e Bauman, embora tratem de questões de ordem global, em momento algum aprofundam a respeito do poder das trocas comerciais e do consumo de modo a tratar da exclusão de qualquer movimento diaspórico que possamos considerar.

Na 17ª edição do FFP, durante os dias 18, 19 e 20 de novembro de 2018, foi aplicada a 1ª fase da pesquisa, na qual foram realizadas as entrevistas semiestruturadas com a amostra de 17 afroempreendedores presentes. As entrevistas trouxeram resultados qualitativos que identificaram a experiência destes profissionais.

Por não ter uma relação com os afroempreendedores participantes da 17ª edição do FFP, um dos grandes desafios da pesquisa foi o aceite e/ou a desistência das entrevistas, devido à dinâmica da feira, tendo em vista não perder clientes. Outra possível causa é dada pelo afroempreendedor ter receio ante às perguntas a serem feitas, ainda que seja apresentado o roteiro antes mesmo de iniciar as entrevistas.

Compartilho que durante algumas entrevistas dividi a atenção do afroempreendedor com seus consumidores. Nestes momentos era necessário interromper a gravação das respostas e a retomada se dava após o atendimento, não havendo possibilidade de conversas longas. Todos os que seguiram com a entrevista assinaram um termo de autorização³.

Os afroempreendedores da 17ª edição do FFP utilizaram-se da Escola de Dança do Theatro Municipal, sem custo para exposição de produtos, diferente da 18ª edição, a qual foi realizada Memorial da América Latina e teve custo para que

³ As entrevistas foram gravadas em aparelho de áudio móvel em 2018, durante a realização da feira de afroempreendedores na 17ª edição do FFP, a participação foi restrita para empreendedores autodeclarados pretos e pardo, com divulgação de dados autorizada por meio da assinatura de próprio punho do termo de autorização de imagem e voz. Após a coleta de dados, as entrevistas foram integralmente transcritas e analisadas, a partir da bibliografia proposta, compondo informações para resultado qualitativo da pesquisa. Optou-se em preservar o nome e empresa dos afroempreendedores respondentes ao decorrer do trabalho.

pudessem expor seus produtos. A pesquisa teve a 2ª parte aplicada na 18ª edição, na qual fiz a observação do evento.

Na 18ª edição, presencialmente, não identifiquei todos os afroempreendedores entrevistados na edição anterior. Percebi que os profissionais das áreas de vestuário, acessórios e decoração não estavam identificados no aplicativo oferecido pela organização do evento e pude evidenciar que boa parte dos afroempreendedores não tinha patrocínio e estava dividindo o *stand*⁴ com um ou mais parceiros de negócio.

Quanto aos afroempreendedores que não encontrei na 18ª edição do evento, estes se manifestaram por meio de justificativas como: “não estava presente pois no momento estava cuidando da saúde pessoal e/ou de familiares”; “participei de outro evento no mesmo período com intuito de ocupar outros espaços além do FFP”; “valor inviável para participação”; “não fui selecionado, porém continuo empreendendo”; e “não participei da feira principal, apesar de estar outros eventos do FFP”.

As respostas reafirmam que o afroempreendedor não para de trabalhar, pois essa é razão da sua sobrevivência. Estes empreendedores desafiam as mudanças sociais, culturais, econômicas e políticas. Já o FFP, num processo de resgate social, movimenta indivíduos, tornando-os economicamente ativos capazes de, ainda que propensos a diferentes dificuldades por questões estruturais, se posicionar com baixo investimento nos negócios.

O FFP busca, por meio do circuito anual de eventos e sendo realizado na semana da consciência negra, a inserção do evento étnico-racial na espacialização urbana junto a transformações no cotidiano do centro urbano-econômico. O evento movimenta os afroempreendedores, contribuindo para a discussão de quanto o turismo de eventos e negócios fortalece o capital cultural da população negra.

A composição da pesquisa totaliza 5 capítulos. É iniciada a partir da comparação entre diferentes feiras étnicas, nas quais a participação monetária, criatividade, relações familiares, cultura e economias não trafegam alinhadas à lógica capitalista. Assim, o fluxo de pessoas e mercadorias conflui entre pequenos empreendedores no mundo dos negócios, os quais deixam seu legado para

⁴ *Stand* - espaço reservado em feiras para a exposição de produtos de uma determinada empresa. Normalmente neste ambiente além do produto há também um profissional especialista que dá suporte e fornece uma explicação sobre o produto e/ou empresa.

localidade, transformando-a em um ponto de encontro e atraindo um grande número de visitantes.

Na sequência, mediante a lógica capitalista dominante nos eventos da cidade de São Paulo, compreendo a participação do afroempreendedorismo diante do setor de eventos, evidenciando que em poucas oportunidades a população negra é protagonista. Discorro acerca de alguns desafios enfrentados pelos afroempreendedores em busca de ocupar o papel principal e qual foi o caminho percorrido até a consolidação do FFP.

No segundo capítulo percorro bibliografias que retratam o *modus operandi* das feiras étnicas. Foram utilizadas pesquisas comparativas sobre a Feira de Caruaru (Pernambuco, Brasil) e a Feira de Sucupira (Cabo Verde, África), aqui abordadas como feiras étnicas de países em desenvolvimento — as chamadas epistemologias do sul. Observou-se nestas feiras o processo de ressignificação dos referenciais de negócios, dando origem à novos modelos de mercantilização.

Em contraponto, o 22º Festival Japão foi visitado a fim de compreender a representação de um país desenvolvido — chamado de epistemologia do norte — o qual demonstrou uma experiência inovadora e moderna, utilizando-se de suas relações nacionais e internacionais e almejando prêmios de reconhecimento mundial.

A cidade de São Paulo (Brasil), no papel de epistemologia do sul e sendo uma referência no setor de eventos, foi palco de manifestações antirracistas que culminaram em eventos nacionais e internacionais, mostrando-se uma referência cosmopolita, com centros comerciais diversificados, ao passo que deixa à margem a população negra, invisibilizada e cada vez mais distanciada da mobilidade urbana e social.

Deste modo, uma oportunidade de aproximar a população negra periférica marginalizada são as feiras étnicas, que passam a fazer parte de estratégias hipermodernas, colocando em um só lugar uma grande oportunidade de experiências em conjunto com diferentes culturas e difusão de artes, em um espaço de comércio legítimo, formal e informal.

O FFP contribui na circulação monetária, resgata artistas, valoriza a cultura da população negra e releva que os eventos têm grande poder de influência. No entanto a pesquisa aponta que quanto mais próximo da estética branca, mais compila-se signos positivos, acarretando à população negra marginalizada um maior esforço.

O terceiro capítulo aborda a rede de turismo e eventos, apresentando o universo das feiras étnicas e suas características, enfatizando seu apelo cultural: valores intangíveis que impactam no trabalho, renda e ressignificação dos indivíduos envolvidos no evento. Trata-se também da importância do evento FFP como referência para a numerosa população negra — especialmente os afroempreendedores, os quais atualmente ainda representam o grande número de ambulantes nos eventos da cidade.

A análise procura ampliar a discussão a respeito de uma população segregada, que vive longe do centro econômico, mas vê no centro da cidade a possibilidade de qualificar seus clientes, obtendo melhores resultados financeiros.

A partir da necessidade de empreender, a população negra tenta driblar o destaque dado à sua menor renda e salários, piores cargos e maior índice de desemprego, deslocando-se para regiões onde os signos contrapõem sua crença, cultura e dinamismo, “ocupando” espaços pela cidade. Os afroempreendedores contam com sua rede para vencer mais esse desafio: a aceitação.

Em suas redes sociais, conectados com familiares, amigos e pares de negócio, os afroempreendedores vão se multiplicando, utilizando-se de uma comunicação voltada aos seus produtos, tendo sempre em vista a busca de novos clientes e a divulgação de eventos. Altamente inventivos, seus produtos trazem frases de protesto, utilizam de tecidos africanos e consagram religiões afro-brasileiras e suas raízes africanas, abastecendo o público voltado ao consumo hipermoderno.

Contudo, os efeitos do crescimento, como a padronização por exemplo, também podem ser sentidos, uma vez que o FFP participa de um mercado não negro, no qual o afroempreendedor que ainda está em um processo de organização corporativa pode não atender às exigências de um evento patrocinado. O FFP traz em sua história experiências que podem ser aproveitadas para novos afronegócios, um dos pontos de aprendizado são os percalços vividos pela idealizadora e organizadora do evento. Acrescento também que não existe a possibilidade de estimar o preço no trabalho do outro, pois este deixa de ser justo quando não o esforço ali empenhado não é reconhecido.

No quarto capítulo busco aprofundar a discussão acerca do enfrentamento do racismo estrutural, quando a justiça social, encoberta por uma regra hegemônica, desafia a população negra a se reinventar e se fortalecer financeiramente.

Em um ambiente de maioria formada por mulheres negras, o FFP traz a soma de diferentes lutas. Estas mulheres, mães, profissionais, afroempreendedoras, criativas e inovadoras, na maioria das vezes utilizam de sua própria renda e residência para produzir e vender seus produtos a pares com a mesma condição financeira e por vezes, como nó econômico, também se deslocam até as catracas do metrô para entregar suas mercadorias, tendo em vista reduzir custos.

A visibilidade do afroempreendedorismo vem de encontro ao movimento diaspórico somado à organização de grupos da comunidade negra, movimentando o consumo de produtos e serviços os quais valorizam as raízes e a cultura negra, exaltando o sentimento de pertença dessa parcela da população diante das revelações e do resgate da história de sua comunidade.

Vale ressaltar que ainda que haja certa experiência empreendedora de gerações anteriores, poucos dos afroempreendedores tiveram uma orientação voltada a negociações mais complexas, atividade que neste momento de expansão no número de empreendedores negros tem gerado a organização coletiva dos afronegócios, frente a construção de um mercado não branco, o qual vem se fortalecendo para enfrentar os obstáculos organizacionais.

Em contrapartida à exclusão no mercado de trabalho, a população negra ainda é vista como potencial consumidora. Dentro deste contexto o afroempreendedorismo se torna o acesso para o reconhecimento da identidade racial, propondo ações que vão além do consumo identitário, vinculando a ressignificação do produto e do profissional, a circulação monetária entre a comunidade negra e o ativismo nos afronegócios.

A população negra foi deixada à própria sorte no pós-abolição e, mesmo com a tardia adoção de ações afirmativas pelo Estado, ainda vive um *apartheid*⁵, em razão da tamanha estratificação social, demográfica e econômica presente na cidade de São Paulo. Porém resiste em permanecer economicamente ativa.

Em 2019 a cidade de São Paulo timidamente iniciou a participação em políticas públicas, oriundas do governo estadual, destinadas ao incentivo e fomento do afroempreendedorismo através de processos tramitados na Assembleia Legislativa e

⁵ *Apharteid* significa separação. Regime de separação racial implementado na África do Sul em 1948 pelo pastor protestante Daniel François Malan – então primeiro-ministro - e adotado até 1994 pelos sucessivos governos do Partido Nacional, no qual os direitos da maioria dos habitantes foram cerceados pela minoria branca no poder. Disponível em: <https://wikipedia.org/Wiki/Apartheid>

na Câmara Municipal dos Vereadores. Tímida, pois apenas um grupo seleta esteve envolvido na ação, enquanto a grande massa da população negra empreendedora talvez não faça sequer ideia que exista um projeto de incentivo encaminhado, ação que potencialmente traria uma esperança de crescimento para diferentes afronegócios.

O quinto capítulo, do enfrentamento do racismo estrutural às ações de empreendedorismo e consumo, trata-se de como a atividade afroempreendedora contribui para a produção do capital, diante da realidade do hiperconsumo. Não atendendo aos mercados tradicionais, o afroempreendedorismo passa a captar o nicho do consumo identitário.

A população negra e os admiradores de sua arte, diante de tantas opções de compra, passam a procurar por itens que remetem às suas raízes e tragam consigo apelo emocional. Desta forma, em um processo diaspórico, reconhecem signos da sua cultura, optando pelo consumo identitário.

As ações afirmativas contribuíram para a intelectualidade de parte da população negra, ainda que não tenha atingindo a totalidade. Esta parcela da população que teve acesso e conseguiu estudar, trabalhar, ocupar melhores cargos e receber salários reflete no consumo e afroempreendedorismo. Entretanto isso não os aliviou de sofrer o racismo estrutural, tendo sempre sido testados por obstáculos cada vez mais perversos.

Os afronegócios também vivem relações líquidas, isso faz com que o afroempreendedores não se fidelizem a um só evento, pessoa ou local, pois estão sempre em movimento, atuando em diferentes cidades e estados brasileiros. Seus saberes são decoloniais e fazem de seu modo de vida a base principal para seu desenvolvimento do seu produto, como no caso da escassez.

O capítulo consolida dados da pesquisa por meio de tabelas e gráficos, trazendo um pouco da experiência dos afroempreendedores entrevistados no evento FFP, dados a respeito do perfil dos participantes da pesquisa, sua localização comercial, sua idade, desenvolvimento do negócio por meio de fomento e/ou investimento e dos meios de comunicação entre estes empreendedores e seus clientes.

Oferecendo uma contribuição incalculável para o desenvolvimento da cidade de São Paulo, a população negra — marginalizada e periférica — persiste em ser

economicamente ativa frente às mazelas do Estado e da sociedade, a qual não reconhece sua contribuição, neutralizando as desigualdades. Todavia, o movimento afroempreendedor rompe com a ordem social ao passo que o Estado o contradiz, transformando dados de desemprego em empreendedorismo, gerando uma falsa informação positiva.

A pesquisa aponta também o mercado corporativo excludente e os percalços enfrentados para se manter ativo atendendo o consumo identitário. As entrevistas revelam que ainda existe muita dificuldade de capacitação, manutenção e investimento nos afronegócios e que existe a possibilidade desse afroempreendedor desistir de empreender e retornar para o mercado de trabalho — dominado pelo racismo estrutural ou, como dito na linguagem corporativa moderna, por um “viés inconsciente”.

2 EVENTOS ÉTNICOS E O FLUXO INTENSO DE PESSOAS E MERCADORIAS

2.1 FEIRAS ÉTNICAS: O MUNDO DAS ARTES TRADICIONAIS ÀS HIPERMODERNAS

De acordo com o grande estudioso de geografia urbana, Milton Santos, “o tempo somente é porque algo acontece, e onde algo acontece o tempo está” (SANTOS, 2014), o mundo das feiras étnicas⁶ segue esta lógica. Constituídas em sua maioria por atividades econômicas, com exceção das feiras de trocas, as feiras seguem seus trabalhos em condição de negócios formais e/ou informais. Esta atividade insere os empreendedores num sistema de economia ativa, uma vez que, por parte destes indivíduos existe a constante busca por “renda”, os levando a se moldar ao tempo, diante de sua condição de vida.

Estes empreendedores, por meio de fluxos constantes de pessoas e mercadorias, confluem na fatídica interação do tempo e suas mudanças sociais, culturais, econômicas e políticas. Esta movimentação surge de diferentes formas, porém os discursos entre os mais desfavorecidos ou menos favorecidos é o de que a sobrevivência é uma das razões para este movimento. Depoimentos estes também relatados por pesquisadores, conforme destacam Lyra (2005) e Lobo (2010).

É importante reforçar que esta pesquisa tem como objeto de estudo o Festival Feira Preta (FFP), que através da incubadora de negócios Instituto Feira Preta é o maior evento de cultura negra da América Latina; o mesmo conta com uma rede de afroempreendedores⁷ de diferentes áreas de atuação, contribuindo para o cenário de feiras étnicas.

⁶ Para Britto e Fontes (2002, p.71), “a magnitude e a natureza do evento são fatores que lhe proporcionam valor econômico” e seu impacto se reflete em “empreendedores, para cidade promotora, para o comércio local, restaurantes e hotéis e para a comunidade”. Feira denomina-se o tipo de evento com marcante característica comercial (BRITTO e FONTES, 2002; CESCO, 1997; GIAGLAGIA, 2003) e será abordada por meio do segmento étnico, uma vez que o racismo estrutural (ALMEIDA, 2018) aprofunda o abismo entre raças, surgindo espaço para alternativas socioeconômicas que busquem a inserção da população negra nos meios de produção, nesta pesquisa identificados como afroempreendedores.

⁷ Afroempreendedor é uma adaptação brasileira para o termo estadunidense “*Black Entrepreneur*”, traduzido livremente para o português como “Empresário Negro”. Pouca literatura relata esta mudança de comportamento da população negra americana, quando esta passou da servidão para o empreendedorismo. Porém, recentemente Mehra Baradaran (2017), especialista em desigualdades econômicas, resgata na obra *The Color of Money Black Banks and the Racial Wealth Gap* (2017) a Proclamação da Emancipação (1893), momento no qual a comunidade negra detinha 1% das riquezas total dos Estados Unidos (EUA). Corajosamente, Baradaran (2017) desafia o mito de que as comunidades negras poderiam acumular riqueza em uma economia segregada (ver Capítulo 3).

Observa-se que, com sucessivas edições, as feiras se estabelecem em um endereço e passam a ser pontos de referências daquela localidade, ou seus nomes se consolidam, fazendo com que os empreendedores e consumidores continuem a buscá-los. Estas transformações impactam na vida cotidiana e, com o tempo, estes espaços são estabelecidos e atraem visitantes de diferentes localidades.

Lipovetsky, em sua obra “Os Tempos Hipermodernos” (1944), traz a reflexão sobre a relação entre tempo e consumo, na qual o indivíduo contemporâneo busca cada vez mais meios para estar inserido na sociedade, sendo que esta apresenta-se exagerada, desenfreada, onde tudo é demasiado, porém não suficiente. Pois, em uma cultura insaciável, sempre haverá algo a mais para se consumir.

Através dos estudos de Lipovetsky (2004) percebe-se mudanças na relação de consumo. Sua pesquisa apresenta resultados “sobre a passagem do mundo industrial, ou modernidade” quando esta última oferece uma variedade tão grande de produtos que acaba por deixar este indivíduo angustiado pela escolha, momento onde o autor identifica a hipermodernidade⁸.

Um dos pontos que compõem o objeto desta pesquisa é a consolidação dos afronegócios⁹, diante da possibilidade de oferecer uma vasta diversidade de produtos no modelo de comércio, por meio de feiras étnicas. Numa realidade hipermoderna as feiras étnicas se tornam atrativas, uma vez que potencializam a diversificação e personificação dos produtos, através do resgate da identidade. Ademais, sua demonstração consultiva e as diferentes formas de expor as marcas, inclusive estampando o próprio logo no produto, geram publicidade espontânea.

Durante a visita às 17^a e 18^a edições do FFP, percebeu-se que em “tempos hipermodernos” a estética ganha força, neste momento o indivíduo passa a questionar

⁸ Lipovetsky (1944) chega ao conceito de hipermodernidade mediante detalhado estudo sobre a evolução do consumo. Décadas de 1880 à 1950, primeiro surgimento da pós-modernidade com a produção industrial (Taylorização) e o surgimento de métodos que caracterizaram o capitalismo moderno com o marketing. Na década de 1950 surge produção e consumo de massa não mais dedicado a uma classe privilegiada. A partir dos anos 1950-1960 já tinha confirmação um modo de vida mais confortável pelos consumidores, destacando-se o “consumo hedonista individualista”. Após esta fase nos deparamos com consumidores “imprevisíveis e voláteis”, com maior poder de decisão de compra, sendo estas as características do hiperconsumo e da “mercantilização moderna das necessidades orquestradas por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva e emocional” (LIPOVETSKY & CHARLES, 1944).

⁹ Afronegócios são negócios comandados por pretos e pardos, os quais reagem às práticas cotidianas do racismo estrutural e investem em diferentes atividades, esse movimento reafirma a exclusão econômica dessa parcela da população, reflexo da falta de participação de corporações em ações afirmativas colaborando com invisibilidade do potencial da população negra (SILVA, Vanderléia Ricardo da. 2019). O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013) divulgou a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2001-2011), a qual, no período, identificou o crescimento de 29% dos donos de negócios pretos e pardos no Brasil, chegando ao número de 11,1 milhões de pessoas (ver Capítulo 4).

seu comportamento de consumo e estilo de vida, com propriedade em suas escolhas, elegendo os ambientes de circulação do seu dinheiro.

As feiras étnicas passam a fazer parte de estratégias hipermodernas, unindo em um só lugar uma grande oportunidade de experiências — como a junção de diferentes culturas e difusão de artes — e um espaço de negociação e comércio legítimo, formal e informal.

Para melhor compreender este universo, um dos desafios foi o de se aproximar de outros eventos étnicos. Portanto, foram eleitas a Feira de Caruaru (Pernambuco), a Feira de Sucupira (Cabo Verde, África) para estudo de caso e realizada visita no 21º Festival Japão. Diante destas três experiências de feiras e/ou festival étnico, aprofundei-me na leitura de grandes teóricos a fim de compreender as dinâmicas sociais que permeiam o mundo das feiras étnicas, uma vez que estas promovem números expressivos de consumo e circulação de pessoas, reafirmando a importância deste trabalho em termos socioeconômicos, culturais e turísticos.

A Feira de Caruaru em Pernambuco (PE), com seus 40.000m² de espaço físico, assemelha-se em tamanho à uma cidade, sendo considerada a maior feira a céu aberto do Brasil¹⁰. Oferece aos seus consumidores produtos artesanais, roupas e a oportunidade de realizar trocas com pertences que já não interessam mais. Com todo este espaço, o turista fica fascinado com tamanha diversidade e manifestações artísticas encontradas neste lugar.

Dividida em três seguimentos, a Feira de Caruaru possui a Feira de Artesanato (artes manuais), a Feira de Sulanca (onde as roupas são os produtos de maior destaque) e a Feira Livre (ou Feira do Troca-Troca, na qual ocorrem trocas de mercadorias). Neste imenso ambiente existe uma expressiva circulação monetária e, ao mesmo tempo, é possível não utilizar dinheiro, valendo-se das trocas de mercadorias.

Quanto aos aspectos econômicos a Feira de Sulanca é composta por “mais de 10 mil barracas que atendem, em média, mais de 40 mil pessoas por feira, com um giro de capital superior a R\$ 1 milhão”¹¹, além de contar com a Feira Livre (do Troca-Troca), na qual não se usa dinheiro, despertando a atenção, uma vez que não há uma relação monetária.

¹⁰ Folha de São Paulo Online – CARUARU - FEIRA DE CARUARU. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/americanosul/brasil-caruaru-feiras.shtml>>.

¹¹ Idem nota 4.

Em seu estudo, “Sulanca x Muamba: Redes Sociais que alimentam a migração de retorno”, Lyra (2005, p.147) aponta que:

Desde a década de 70, novas atividades vêm assumindo um papel econômico importante na região, que envolve não só a produção – de roupa (Sulanca), de bordados e renda, de artesanato de barro – como também, especialmente, a comercialização dessa produção, através da criação e do incremento de feiras livres – a Feira da Sulanca, em vários locais do Estado, e a Feira de Caruaru. (LYRA, 2005, p.147).

Dentre outros dados importantes, Lyra (2005) identifica este fluxo entre as décadas 1970-2000, período no qual a Feira de Sulanca torna-se não apenas o principal fornecedor dos produtos encontrados na região do Brás, na Cidade de São Paulo, mas também fonte de trabalho para atravessadores de Foz do Iguaçu, no Paraná, que atuam na compra e troca de mercadorias em *Ciudad Del Este*, no Paraguai. Estipula-se que, por cerca de 12 anos, exista um percurso feito por ônibus clandestinos que:

Parece consolidar uma rede entre nordestinos do Agreste de Pernambuco e moradores do Sul e Sudeste do país, especialmente de São Paulo, já que é nesta cidade onde desce a maioria dos passageiros (85%), com suas cargas dirigindo se ao bairro do Brás. (LYRA, 2005, p.144).

Em vista disso a rede é formada por migrantes pernambucanos, residentes em São Paulo, que, atrelados à família, à economia familiar e ao trabalho, atuam nesta rede de comércio como forma de subsistência. Para Lobo (2010), a Feira de Sucupira, em Cabo Verde, na África, foge à lógica econômica dominante: como um “nó”, as chamadas *rabidantes*¹² tem sua maioria formada por mulheres que, em busca de sobreviver à falta de um produto local, saem de Cabo Verde como vendedoras ambulantes. Dessa forma, acabam por segmentar fluxos transnacionais de pessoas e intensa circulação de mercadorias.

Lobo (2010), destaca que, antes de tratar o volume deste comércio e a influência das *rabidantes*, é importante atentarmos à um breve relato da história de Cabo Verde: Proclamado em 1450 por portugueses, Cabo Verde (arquipélago

¹² *Rabidante* (que significa dar à volta, numa negociação) é quem dá vida ao mercado de Sucupira, nome dado para o indivíduo que naquele espaço do mercado negocia, tem percepção do gosto do cliente e consegue fechar negócio (LOBO, 2010).

composto por 10 ilhas) foi povoado por portugueses e africanos. Lobo (2010), relata que, com maior parte da sociedade crioula, os africanos viviam em situação de servidão e, assim como em outros países colonizados por europeus, lidaram também com diferentes culturas, religiões e formação linguística.

A autora enfatiza que Cabo Verde foi protagonista no sistema de trocas inter-societárias, estabelecendo este como sua reprodução social. Pela falta de um sistema produtivo local, o país sofreu com a fome e a seca. “A sua posição geográfica não era estratégica pelo fato delas estarem situadas demasiado ao sul do mundo conhecido pelos portugueses” (LOBO, 2010, p.03-04).

Boaventura de Sousa Santos, em sua obra “Epistemologia do Sul”¹³ (2009), discute a teoria da epistemologia do sul como uma forma de diferenciar os países independente de sua localização geográfica. Boaventura (2009) classifica os países da epistemologia do norte como “grandes potências mundiais” — nas quais até os dias atuais imperam o poder e a influência de ordem mundial — e afirma que os países da epistemologia do sul vivem subordinados às nações do norte, coincidentemente distante de ser potências mundiais, uma vez que seu desenvolvimento é tardio e traz consigo problemas sociais que afetam a maior parte de sua população.

Ainda sobre Cabo Verde, Lobo (2010) aborda que em 1466 a Ilha de Santiago, quase desabitada, recebe o documento de incentivo jurídico de “direito do exercício do comércio euro-africano”. Assim, a localidade se ressignifica e passa a ser o ponto mais estruturado e “seguro de reabastecimento da navegação” em Cabo Verde. Contudo, no século XVI a prerrogativa jurídica do direito ao comércio euro-africano é reajustada, reduzindo a liberdade de ação e somando prejuízo. Desta forma, para sobreviver, passaram a desobedecer a ordem de comércio euro-africano — obtendo status de rota comercial informal.

Para Lobo (2010), o trabalho deste indivíduo traduz a realidade que não está no domínio econômico, afirmando que “este sistema não-hegemônico estaria em relação com o sistema hegemônico e seria sustentado por milhares de pobres que ganham suas vidas como vendedores ambulantes, revendedores, contrabandistas, dentre diversas outras atividades” (LOBO, 2010, p.02).

¹³ SANTOS, Boaventura de Souza & MENESES, Maria Paula (Orgs.). *Epistemologias do Sul*. Coimbra: Almedina, 2009.

Experiências apontadas nas Feiras de Caruaru e de Sulanca demonstram experiências vividas pelas epistemologias do sul que se revelam também no subsistema urbano como circuitos inferiores. Teoria a qual Milton Santos (1960) utiliza para explicar o funcionamento da cidade a partir das relações entre grupos sociais privilegiados e os menos abastados na sociedade de classes, grupos que de alguma maneira criam formas urbanas de se relacionar.

Santos & Meneses (2009) também nos brindam com o reconhecimento da superação dos países considerados epistemologias do sul, que diante de tantas dificuldades são suficientemente criativos para sobreviver através de seu conhecimento e experiências de vida; uma verdade que fica evidente quando percebemos a história destes povos, que vivem para superar todas as mazelas e as mínimas condições de sobrevivência às quais estão submetidos. Outra característica que se torna evidente na construção destes negócios é a coletividade, num movimento de junção de forças para alcançar seus objetivos.

Grassi (2003) estudou as *rabidantes* a fim de compreender a “função empresarial desenvolvida por elas e questionar seu lugar nos processos de mudança em curso ao nível das relações entre atores sociais e instituições” (LOBO, 2010 p.5 apud GRASSI, 2003).

Afinal, conforme Lobo (2010), as *rabidantes* têm o Brasil como destino a mais de 30 anos e, mesmo após um longo período consumindo produtos da Rua 25 de Março (São Paulo) — reconhecida como “nós” do comércio popular — apenas em 2001, com o estreitamento das relações entre Brasil e Cabo Verde, surge uma parceria comercial estratégica que teve um ganho comercial, resultando na parceria entre a Transportes Aéreos de Cabo Verde (TACV) e a companhia aérea brasileira VARIG¹⁴, iniciando a rota de voo direta e semanal partindo de Fortaleza-CE com destino à Cabo Verde. O impacto desta relação é apresentado em números por Lobo (2010, p.7):

¹⁴ A Varig foi a maior companhia aérea do Brasil por décadas. Chegou inclusive a ser uma das maiores do mundo, comparada à PanAm nas décadas de 60 e 70. Nessa época, era muito comum ver na televisão jingles que se tornaram famosos na boca do povo e comerciais enaltecendo a qualidade de seus serviços internacionais. Com abertura do tráfego aéreo brasileiro para o mercado internacional, em 1990 a Varig começa a apresentar prejuízo em seu balanço financeiro. Após várias tentativas de recuperação da empresa, em 2006 ela vai a leilão. Em 2007, a empresa GOL Linhas Aéreas compra a Varig por R\$ 660 milhões, sendo considerado o negócio mais importante fechado no mercado brasileiro de aviação, esta negociação não contemplou os direitos trabalhistas dos funcionários demitidos.

Os impactos do comércio entre os dois países são refletidos nos números que apresento a seguir: em 2003 estima-se que as *rabidantes* tenham comprado 400 toneladas de mercadorias produzidas no Brasil e gasto 5 milhões de dólares. Ainda segundo essas estimativas, a cada semana, desembarcavam no aeroporto de Fortaleza cerca de 150 *rabidantes* e cada uma dessas mulheres retornava para Cabo Verde com um número aproximado de 15 malas e tendo gasto, *in cash*, cerca de 10.000 dólares.

Ribeiro (2012, p.19), reafirma as questões que levaram o presidente Luiz Inácio Lula da Silva à retomada do contato com países africanos como uma:

[...] retomada de diálogo e da cooperação com continente africano. Além de justa reparação histórica o apoio concreto do Brasil ao desenvolvimento, econômico, social e político da África diz respeito a nossa identidade e nosso projeto como nação.

A retomada dos diálogos, demonstra também uma (re)aproximação de culturas, contribuindo para processo diaspórico da população negra brasileira. Através da leitura de Lyra (2005) e Lobo (2010), transparece que as Feiras de Caruaru e de Sulanca, num processo de resgate social, movimentam indivíduos, tornando-os economicamente ativos e, ainda que propensos a diferentes dificuldades, capazes de se posicionar com baixo investimento nos negócios, metas e objetivos não tão ambiciosos para o pulsante mundo do Turismo de Negócio e Eventos.

Este posicionamento, que prioriza a inserção econômica, reverbera nas feiras analisadas, as quais têm como característica a atividade comercial. Entretanto, nas feiras onde seus integrantes passam por um processo de ressignificação, o caminho parece ser mais longo. Silva (2017) enfatiza que devemos “desconstruir a equivocada crença de que vivemos numa democracia racial”, uma vez que grupos socialmente minoritários têm maior dificuldade de vencer, pois para estes existem maiores barreiras.

Para Lobo (2010), mesmo mudando o curso econômico de Fortaleza-CE, a pesquisa revela quais as significações dadas a estas mulheres e seus trabalhos: a população local as trata com reducionismo da sua importância como indivíduo em proporção à sua potencialidade de compra; os jornais desqualificam seu trabalho, por estes são vistas como sacoleiras¹⁵, oriundas de um país pobre e pequeno, falam

¹⁵ Sacoleira(o) no Brasil está relacionado ao contrabando, comércio ilegal, camelódromo, entre outros adjetivos.

língua esquisita (ainda que sua língua oficial seja o português de Portugal), inconvenientes, grosseiras e “choram muito” (termo usado para conseguir melhor preço). Os dados positivos relacionados a elas estão ligados ao alto volume de compras, pagamento em dinheiro “*cash*” e em dólar. A soma destas significações reafirma o estereótipo que o brasileiro tem do africano.

Em seu estudo, Almeida (2018) revela que os meios de comunicação contribuem para representação do imaginário social. Assim, mulheres negras são mantidas em posições subalternas, com pouca expressão, e o Estado corrobora com esta ação:

Mulheres negras são consideradas pouco capazes porque existe todo um sistema econômico, político e jurídico que perpetua essa condição de subalternidade, mantendo-as com baixos salários, fora dos espaços de decisão, exposta a todo tipo de violência. (ALMEIDA, 2018, p.52).

Lobo (2010), revela que desde 2008 os fluxos têm reduzido devido a chegada dos produtos chineses à Cabo Verde. Contudo, as *rabidantes* resistem e continuam vindo ao Brasil, comprando produtos com baixa qualidade em lojas “sem nome”, das periferias de Fortaleza-CE. Para Cabo Verde, o Brasil é considerado um país-irmão, sua aproximação começa na familiaridade da mesma língua falada, chegando ao ponto de as novelas brasileiras ditarem a tendência de moda deste comércio. Sobre isso, é importante ressaltar a curiosidade de que a feira possui o nome de Sucupira em alusão ao nome da cidade fictícia da novela ‘O Bem Amado’ (transmitida pela Rede Globo no Brasil em 1973). As *rabidantes* atuam no varejo na Feira de Sucupira, em Cabo Verde, porém possuem clientes com atendimento diferenciado em outros países africanos.

Lobo (2010) apresentou esta discussão no 5º Encontro Nacional de Estudos do Consumo e 1º Encontro Brasileiro de Estudos do Consumo, em 2010 no Rio de Janeiro, com o tema “É do Produto Brasileiro que os Clientes Gostam: as *rabidantes* e a rota comercial entre Brasil e Cabo Verde.”. Um de seus resultados identificou que os produtos que por esta rota circulam, são “produzidos por empresários informais no Brasil e consumidos em feiras de Cabo Verde”, ampliando o questionamento econômico deste mercado. É um estudo que pretende “analisar os caminhos que os

fluxos de pessoas e bens percorrem, bem como os significados que pessoas e bens assumem nesse contexto”.

Nestes dois casos, tanto na Feira de Caruaru, em Pernambuco, Brasil, quanto na Feira de Sucupira, em Cabo Verde, na África, aconteceram processos de ressignificação do indivíduo em um novo modelo de mercantilização.

Partindo das duas experiências apresentadas, nas quais o extrato social está relacionado ao modo de vida simples, com baixos recursos, com propósito de fluxo de pessoas e mercadorias e/ou migração de retorno, buscando alimentar sonhos empreendedores, porém sofrendo para manter a subsistência deste negócio; é possível denotar que as Feiras de Caruaru e de Sucupira são negócios que não contam com tecnologia de ponta, além de cotidianamente passar por dificuldades financeiras e estruturais.

Portanto, em busca de conhecimento e a fim de compreender diferentes realidades contidas no universo das feiras, estive como pesquisadora no 21º Festival do Japão, que ocorreu em São Paulo, nos dias 20, 21 e 22 de julho de 2018, no São Paulo *Expo Exhibition & Convention Center*, evento que proporcionou uma experiência completamente diferente, a começar pelo amplo estacionamento vertical e ônibus de frota de empresas privadas patrocinadoras do evento que faziam o trajeto do Metrô Jabaquara para o local do evento.

A realidade do 21º Festival Japão é de um evento tradicional que está inserido no cenário “hipermoderno” (LIPOVETSKY, 2004), vivendo intensamente as teorias dos “tempos líquidos” (BAUMAN, 2007), numa representação de um país “possivelmente definido” pelas potências mundiais como uma “epistemologia do norte” (Boaventura, 2009), devido seu potencial econômico e tecnológico, além de ser considerado um circuito superior “composto pelas grandes empresas, bancos e atividades ligadas ao ramo da alta tecnologia” (SILVA, 2012), diante da “Teoria do Circuito de Economias”¹⁶ (MILTON SANTOS, 1960).

Retratando diferentes realidades sociais, as feiras étnicas conduzem o hiperconsumismo de diversas formas, porém em ambos os lados a oferta é ilimitada, adequando-se ao poder de consumo local.

¹⁶ Teoria do Circuito de Economias. A teoria dos dois circuitos da economia urbana foi criada por Milton Santos (1960) para explicar a urbanização dos países periféricos, esta conta com um subsistema superior e/ou circuito superior e um subsistema inferior e/ou circuito inferior. O livro “Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana” teve sua publicação em francês em 1975. (SILVA, 2012). Disponível em: <http://colunaterritorium.blogspot.com/2012/08/circuito-superior-e-inferior-sinonimos_10.html>.

Assim pergunto: *E quando feiras étnicas têm motivos de sobra para comemorar?* Este pode ser o caso do 21º Festival do Japão, em São Paulo -SP, que para comemorar os 110 de anos de imigração, contou com a presença de importantes patrocinadores de origem japonesa¹⁷ em seu evento.

Outro fator é o apoio do Estado, que envolveu instituições de diferentes estâncias como a Prefeitura de São Paulo, SPTuris¹⁸, Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), Polícia Militar, Consulado Geral do Japão em São Paulo, Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), Secretaria da Cultura, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria Especial da Cultura, Ministério da Cidadania e Governo Federal, entre outros órgãos que fazem a ponte de comércio Brasil e Japão, como a *Japan External Trade Organization* (JETRO) e Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (KEREN). Ou seja, a ordem de produção global dos grandes centros de produção são as mesmas que contribuem para construção de cânones teóricos (TELES, 2019)¹⁹.

Segundo matéria divulgada pela Revista Veja.com²⁰, eram esperados cerca de 200 mil visitantes/dia, tendo em vista que a essência desta edição do evento foi a comemoração de 110 anos de imigração Japonesa — contando inclusive com a presença da princesa Mako de Akishino. Foi também um momento propício para o lançamento oficial do voo partindo de São Paulo, para Miami, da Gol Linhas Aéreas, com destaque em sua revista de bordo “*Voo com realeza*” (REVISTA GOL, 2018, p.115).

Conforme destaca Teles (2019)²¹, somado ao olhar global sobre o mundo da produção existe também uma devoção, a qual Bauman (2007) traz duas reflexões importantes acerca em sua obra “*Tempos Líquidos*”²². Primeiro relata que os “relacionamentos são tratados como uma matriz de conexões”, fazendo completo

¹⁷ Em 2018, presenciei empresas dos setores automotivos como a Toyota, Honda, Nissan, Yamaha, Mitsubishi, entre outras. Também estavam no evento empresas do setor de comunicação, tecnologia, bancos, seguros, robótica, jogos, alimentos, bebidas e saúde, etc. Conforme site oficial o evento “foi incluído no Calendário Turístico do estado de São Paulo em 2002 e no Calendário Oficial de Eventos da cidade de São Paulo em 2004, reunindo público de cerca de 192 mil visitantes”. Disponível em <https://www.festivaldojapao.com/releasepos-fj2019/>

¹⁸ A SPTuris é uma empresa de economia mista, vinculada à Prefeitura de São Paulo. Disponível em <http://www.spturis.com>

¹⁹ Anotação de aula, Disciplina: Dimensão Espacial do Turismo I. Aula de 20.09.2019 em Graduação em Turismo e Lazer. Escola de Comunicação e Artes - Universidade de São Paulo/ECA/USP.

²⁰ Revista Veja.com. Caderno Cultura & Lazer. Festival do Japão comemora os 110 anos da imigração. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/festival-do-japao-2018/>>

²¹ Idem nota 12.

²² BAUMAN, Zygmunt. *Tempos Líquidos*. (1925). Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

sentido a empresa aérea se beneficiar deste momento, de maneira a fomentar o espetáculo hipermoderno.

Por outro lado, o autor reforça as desigualdades sociais, retratadas nas feiras étnicas aqui pesquisadas pela fala de Arundhati Roy: “enquanto a elite no topo do mundo busca viagens e destinos imaginados, os pobres são apanhados numa espiral de crimes e caos” (apud BAUMAN, 2007, p.14). Esta fala evidencia a realidade cotidiana dos que buscam renda de maneira formal ou informal, ainda que à margem, afastados dos centros urbanos e muito próximos da violência.

Outro acontecimento também relacionado ao Festival do Japão aconteceu ainda em julho de 2018, quando o nome da estação de metrô Liberdade foi alterado para Japão-Liberdade pelo Governo do Estado de São Paulo, em homenagem aos 110 anos de imigração²³. Este momento gerou uma grande indignação por parte da população negra, pois antes da região da Liberdade sofrer um processo de turistificação, tornando-se um parque temático, o bairro foi um reduto negro com histórico do período escravocrata, apesar desta história estar invisibilizada²⁴.

Para Almeida (2018), a existência do racismo institucional se dá porque os conflitos raciais também são partes das instituições²⁵, transparecendo que:

A desigualdade racial é uma característica da sociedade não apenas por causa das ações isoladas de grupos ou indivíduos racistas, mas fundamentalmente porque as instituições são homogeneizadas por determinados grupos raciais que utilizam mecanismos institucionais para impor seus interesses políticos e econômicos (ALMEIDA, 2018, p.30).

²³ Estação Japão-Liberdade do Metrô ganha placa com novo nome. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/08/estacao-japao-liberdade-do-metro-ganha-placa-com-novo-nome.shtml>>.

²⁴ No século XVII tudo ainda era bem deserto na região, que era considerada uma zona periférica da cidade e só começou a ser povoada com o loteamento de antigas chácaras. A região ficou conhecida como bairro da Pólvora, por conta de uma antiga Casa da Pólvora, construída em 1754. Há muitos anos, existia uma forca onde hoje está a Praça da Liberdade e por vários anos lá foram executados negros e escravos fugitivos. Por isso o largo foi batizado com um nome nada convidativo: Largo da Forca. Também ficava por ali um Pelourinho para castigo dos escravos. As terríveis execuções no largo só pararam em 1870, quando a pena de morte por enforcamento foi extinta no Brasil. Próximo ao antigo Largo da Forca surgiu também o primeiro cemitério público de São Paulo (Cemitério dos Aflitos ou Cemitério dos Enforcados), destinado ao enterro de indigentes e homens mortos na forca, funcionou até 1858, quando foi inaugurado o Cemitério da Consolação. Ver mais sobre assunto em Giro in Sampa, responsáveis Shirley Damy e Eliza Tominaga. Disponível em: <<https://www.fuiserviajante.com/destinos-no-brasil/historia-do-bairro-da-liberdade/>>.

²⁵ Instituições compreende as formas sociais do Estado. “A estabilidade dos sistemas sociais depende da capacidade das instituições em absorver conflitos e antagonismo inerentes a vida social” (ALMEIDA, 2018, p.19). Instituições são a “materialização de uma estrutura social ou de um modo de socialização” (ALMEIDA, 2018, p.36).

Para Santos (2015, p. 160) “o mundo é formado não pelo que já existe, mas pelo que pode efetivamente existir”. Este pensamento reflete o posicionamento do Estado e o seu relacionamento com países de economia pujante, evidente nesta discussão a respeito do bairro Liberdade, que também faz parte de um importante roteiro de compras da cidade de São Paulo por meio de sua tradicional feira étnica dominical que oferece produtos japoneses, contribuindo para o fluxo de mercadorias e pessoas na região. Portanto, aquilo que “existia”, o bairro da Liberdade, palco da escravidão — onde escravos “desobedientes” sofriam suas penas e eram enforcados em praça pública — sofreu apagamento das verdadeiras memórias étnicas daquela região. Exemplo disto é o ocultamento da Igreja de Nossa Senhora dos Aflitos, pois não está inserida no projeto de turistificação do bairro, onde hoje “existe” um bairro japonês.

Retomando o evento, com características *hipermodernas*, no mínimo bilíngue (japonês e português), com uma infinidade de produtos sendo comercializados, muitos deles sendo consumidos no próprio local; no que se refere à saúde, com a presença de dois grandes hospitais, setor automobilístico com a presença de empresas de importantes setores da econômica do país. Produtos como *games* podiam ser experienciados nas grandes televisões de plasma inteligentes (além de vários diferenciais, dispõem do acesso à internet), alguns outros produtos mantinham os nomes em japonês, valorizando a cultura, mesmo com barreiras para o visitante em relação ao idioma, para Lipovetsky (2004, p.31) a hipermodernidade conceitua este momento como o:

Momento em que a comercialização dos modos de vida não mais encontra resistências estruturais, culturais e nem ideológicas; e que as esferas da vida social e individual se reorganizam em função da lógica do consumo...a lógica da moda e do consumo permeou espaços cada vez mais amplos da vida pública e privada é evidente.

A Fundação KEREN organizadora do evento, treinou seu time de voluntários por 3 meses antes do evento, manteve a limpeza impecável e não registrou quaisquer ocorrências de acidentes ou ameaça; isso porque o objetivo era bastante claro: entrar no *Guinness Book (Guinness World Records)* como o maior evento da comunidade japonesa fora do Japão.

Observamos como a realização deste evento se encaixa no propósito tratado por Bauman (2007) na teoria do tempo líquido, quando as metas definidas para uma feira étnica e cultural são destinadas à uma imagem institucional. O Festival do Japão forneceu segurança e ao mesmo tempo alimentou a indústria do medo anunciando “zero ocorrências”, além de, por fim, explicitar seus milhares de conexões, uma vez que “eram esperados cerca de 200 mil visitantes/dia”, números estipulados propositalmente para alcançar um reconhecimento mundial, o *Guinness Book*. (BAUMAN, 2007; LIPOVETSKY, 2004).

Ademais, um fato curioso: entre as centenas de voluntários havia uma proporção de 60% de não japoneses ou descendentes (JORNAL DA TARDE; VEJA SÃO PAULO, 2018).

Na busca do entendimento diante da teoria da hipermodernidade, Lipovetsky (2004, p.36) alerta “nada mais falso do que pensar que ele, [o hipermodernismo], reduzindo os indivíduos ao papel de consumidores, favoreça uma homogeneização social”. As diferenças sociais, engajadas numa lógica de produção de consumo e determinadas pelo poder hegemônico, não almejam mudar as relações, pelo simples fato do hiperconsumo e da participação voluntária do indivíduo.

Santos (1993) corrobora com o pensamento o qual “a força da alienação vem dessa fragilidade dos indivíduos que apenas enxerga o que os separa e não que nos une”. Assim, os atores são bem definidos e, na função de voluntário, existe e/ou existiu um consumo que aproximou este indivíduo da cultura japonesa para que integrasse o quadro de colaboradores, em contraponto, para descendentes de japoneses, a participação voluntária²⁶ é considerada como o pagamento de “uma dívida”, deixando mais um rastro da subordinação dos países do sul (BOAVENTURA, 2009).

A partir de uma visão preliminar do mundo das feiras, percebe-se que negócios comandados por não brancos demoram mais tempo para se firmarem. Observe que na Feira de Caruaru “desde a década de 70, novas atividades vêm

²⁶ Ao visitar presencialmente a 22ª edição do Festival Japão foi feito um trabalho de observação do evento, porém ao conversar informalmente com alguns dos voluntários não descendente de japoneses os mesmos afirmaram que passaram por um treinamento. Um dos requisitos básicos para a participação voluntária era o consumo da arte de origem japonesa, item de extrema importância para integração com os visitantes durante o evento. Ao falar com uma voluntária descendente de japoneses, a mesma disse que havia feito um intercâmbio no Japão e sempre que convidada, havendo disponibilidade, estaria no evento como uma forma de agradecimento.

assumindo um papel econômico importante na região” e na Feira Sucupira “*as rabidantes, tem o Brasil como destino a mais de 30 anos*” e, devido as práticas discriminatórias as quais são submetidas, continuam por décadas o seu mesmo modelo de negócio, impactadas pelas “formas de racismo contemporâneo” (ALMEIDA, 2018).

Nesta análise também considero que em tempos líquidos (BAUMAN, 2007) são necessárias sucessivas tentativas para assertividade, porém, recorro a Almeida (2018, p. 25) quando define:

O racismo, forma sistemática de discriminação que tem raça como fundamento, e que se manifesta de forma consciente e inconsciente que culminam em desvantagem ou privilégio para indivíduos, depende do grupo racial ao qual pertencam.

Faz-se “importante entender o peso das classificações raciais, não apenas na moldura dos comportamentos individuais ou de grupos, mas definição de estratégias políticas estatais e não estatais” (ALMEIDA, 2018, p.41) compreendendo por sua vez como se dá a relação de poder, não deixando de considerar que quanto mais próximo da estética branca, mais o indivíduo dialoga com signos positivos.

Uma vez compreendido o *modus operandi* das feiras étnicas, suas forças e/ou fraquezas, racionalidades e/ou abundâncias de ambos os cenários, com potencial de inserção nos meios de produção, esse trabalho demonstra a importância do afroempreendedorismo, por meio do evento FFP, discutindo “o capital intelectual como uma força propulsora na difusão do movimento da população negra”, numa mobilização econômica e cultural coletiva da população negra da cidade de São Paulo.

2.2 EVENTOS: SÃO PAULO, UMA OPORTUNIDADE PARA NOVAS EXPERIÊNCIAS

Em 2017, na sua 16ª edição, a anual e tradicional Feira Preta (FP) — nome utilizado desde 2002 — ganha status de festival com apoio do Estado, através da Prefeitura da cidade de São Paulo. Por meio de ações administrativas da Secretaria Municipal do Turismo (SMTur), o evento ampliou suas atividades e se consolidou como Festival Feira Preta (FFP). Em crescimento constante, já em sua 18ª edição, o

FFP contabilizou apresentações em diversos pontos do centro da cidade de São Paulo, com uma rede de 170 mil participantes, 900 artistas nacionais e internacionais, 1.200 expositores do Brasil e América Latina e movimentou cerca de 5 milhões em circulação monetária, dados divulgados no site do Instituto Feira Preta.

O FFP intitula-se o evento cultural da representatividade da população negra de São Paulo e anualmente, com seus afroempreendedores, traz artigos de vestuário, acessórios pessoais e para decoração, artesanato, alimentação e variadas apresentações artísticas num trabalho de resgate da diáspora²⁷. Integrando diversos afronegócios, os quais em sua maioria são comandados por mulheres, que passam de um processo de invisibilidade para protagonismo. Nos *stands*, durante o festival, o visitante conhece a *designer*, artista plástica, professora e dona de casa que empreende, expõe e demonstra seu produto num momento de ressignificação da invisibilidade de seu negócio.

Lipovetsky (2004) ressalta que ser individualista não tem nada a ver com ser egoísta. Diante do hiperconsumismo o FFP tem ponto crucial para o sucesso, o individualismo no formato de “gosto pessoal”, pois ali são expostos milhares de produtos similares e o detalhe é quem vai definir a compra. Porém, como um evento de realização anual da população negra, o público de interesse também é inspirado por outras artes ali apresentadas e descentraliza o foco das compras, podendo participar de outras experiências também oferecidas, interagindo como participante desta ocupação negra nos eventos da cidade de São Paulo.

Para Berth (2019) é importante a condução articulada, contribuído para formação do senso crítico de grupos em estágio de autoafirmação, desta forma:

Quando assumimos que estamos dando poder, em verdade estamos falando na condução articulada de um indivíduos e grupos por diversos estágios de autoafirmação, autorreconhecimento de si e suas mais variadas habilidades humanas, de sua história, e principalmente de um entendimento sobre sua condição social e política e, por sua vez um estado psicológico perceptivo do que se passa ao redor (BERTH, 2019, p.21).

²⁷ Diáspora - palavra de origem grega que significa dispersão. Diáspora Africana, epistemologia do negro africano que implica na descolonização dos saberes africanos. Escravos tiveram a desmemoriação de sua cultura, língua, religião e cotidiano. F.S. da Silveira Vieira, 2016. Disciplina: Descolonização dos saberes africanos: reflexões sobre história e cultura africana no contexto da lei 10.639/03. Aula de 04.02.2016 em Pós-Graduação em Educação e Relações étnico raciais e sociedade. Faculdades Integradas Campos Sales. Disponível em <<https://revistas.pucsp.br/pontoevirgula/article/view/13884>>

Impulsionados por diferentes vertentes do movimento negro paulista, os eventos e exposições de artes de São Paulo tem ganhado destaque abordando o racismo estrutural e consolidando, na cidade, ambientes de encontros e reencontros da população negra.

Estes eventos contribuem para difusão e debate de experiências nacionais e internacionais da luta antirracista. Atualmente, as agendas mensais e/ou semanais em diferentes espaços de eventos ou espaços adaptados, são crescentes, e não tem faltado pautas e pessoas de renome para a troca de experiência, formação e conscientização, cooperando na “*autoafirmação, autorreconhecimento*” e autodefesa da população negra.

Dentre os visitantes da capital paulistas estão nomes como Ângela Davis²⁸, Patrícia Hill Collins²⁹, Carl Hart³⁰, Grada Kilomba³¹, Barack Obama³², entre outras importantes figuras que trouxeram contribuições de seus países de origem. O que

²⁸ **Ângela Yvonne Davis**, professora e filósofa socialista estadunidense, alcançou notoriedade mundial na década de 1970 como integrante do Partido Comunista dos Estados Unidos, dos Panteras Negras, por sua militância pelos direitos das mulheres e contra a discriminação social e racial nos Estados Unidos e por ser personagem de um dos mais polêmicos e famosos julgamentos criminais da recente história dos Estados Unidos. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Angela_Davis>. Em 2019 proferiu a conferência “A liberdade é uma luta constante” na área externa do Auditório do Ibirapuera e participou do Seminário Internacional Democracia em Colapso, no Sesc Pinheiros. Neste mesmo momento Davis seguiu para Rio de Janeiro para receber a Medalha Tiradentes, honraria concedida pelo Governo e destinada a premiar pessoas que prestaram relevantes serviços à causa pública do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-brasil-ainda-me-da-esperanca-declara-angela-davis/>>

²⁹ **Patrícia Hill Collins**, renomada professora universitária de Sociologia da Universidade de Maryland, College Park, foi chefe do Departamento de Estudos afro-Americanos na Universidade de Cincinnati e ex-presidente do Conselho da Associação Americana de Sociologia. Em 2019 veio ao Brasil para participação no evento Seminário Internacional Democracia em Colapso, no Sesc Pinheiros, além de ministrar conferência na USP. Autora de diversas obras, neste momento lançou o livro homônimo, ao qual ela traça um panorama do pensamento feminista negro, com seus principais temas, conceitos e referências. Disponível em <<https://revistacult.uol.com.br/home/patricia-hill-collins-cultura-em-movimento/>>

³⁰ **Carl Hart**, neurocientista e professor de psicologia e de psiquiatria da Universidade de Columbia, é conhecido por sua pesquisa sobre abusos e vícios em drogas. Hart foi o primeiro professor titular afro-americano de ciências na Universidade de Columbia e defende, entre outros posicionamentos, que drogas não são a causa da violência urbana. Para Carl, mitificar o vício em substâncias ilícitas contribui para que as sociedades adotem medidas extremas e ineficientes contra elas. Criminalizar as drogas só faz com que as pessoas com menos oportunidades ocupem a maioria das prisões. Disponível em <<https://drauziovarella.uol.com.br/drogas-licitas-e-ilicitas/carl-hart-drogas-e-sociedade/>>

³¹ **Grada Kilomba**, escritora, psicóloga, teórica e artista plástica interdisciplinar portuguesa reconhecida pelo seu trabalho que tem como foco o exame da memória, trauma, gênero, racismo e pós-colonialismo e está traduzido em várias línguas, publicado e encenado internacionalmente. Em 2019 expos suas obras na Pinacoteca em São Paulo com o tema Desobediência Poética. Disponível em <http://pinacoteca.org.br/es/programacao/6652/>. Outro feito de Grada foi a obra *Memórias da Plantação (Cobogó)*, livro mais vendido do evento literário FLIP Paraty 2019. Disponível em: <<https://istoe.com.br/grada-kilomba-tem-o-livro-mais-vendido-da-festa-em-2019/>>

³² **Barack Hussein Obama Jr** foi o primeiro negro a ser eleito presidente dos EUA (2009-2017). Foi autor de medidas marcantes como a retomada das relações com Cuba, a reforma do sistema de saúde no país e a legalização do casamento gay. Disponível em <<https://www.bol.uol.com.br/listas/personalidades-negras-que-fizeram-historia-no-brasil-e-no-mundo.htm>>. Em 2019 esteve no evento de tecnologia Vtex Day, no São Paulo Expo-Center, falando sobre o fato de não ter avançado nas políticas de proibição de venda de armas nos EUA. Obama aproveitou para fazer um apelo pela inclusão social, por investimento em políticas públicas e apostas na diversidade. Disponível em <https://www.huffpostbrasil.com/entry/barack-obama-brasil_br_5cf003c8e4b0e8085e3676ef>

estamos vivendo neste momento, com toda contribuição do avanço tecnológico e de pessoas informadas, é o resultado de uma comunicação disruptiva, na qual o racismo não pode ser tratado como dissabor, mas sim atrair os mais diferentes públicos para somar contra episódios racistas cotidianos³³.

Além disso, diversos eventos culturais foram realizados, como exposições de arte relatando movimentos estadunidenses, que é o exemplo da exposição *“Todo Poder ao Povo Negro Emory Douglas e os Pantera Negra”*³⁴ realizado no SESC³⁵ Pinheiros em 2017. Houve, no campo da cultura, uma abertura para autorreflexão sobre ancestralidade com a exposição *Histórias Afro-Atlânticas*³⁶ realizada nas instituições culturais MASP e Instituto Tomie Ohtake. E, corroborando com esta reflexão a exposição *“EX-AFRICA”* na instituição CCBB trouxe jovens das artes visuais apresentando a África contemporânea.

Em 2019, a cidade de São Paulo teve na programação cultural da rede SESC a ação cultural *“DO 13 AO 20 - (RE)EXISTÊNCIA DO POVO NEGRO”*, com duração de 7 meses e proposta com base nos marcos da população negra, sendo estes as

³³ A autora Grada Kilomba desmonta, de modo incisivo o cotidiano com normalidade do racismo, expondo a violência e o trauma de se ser colocada/o como outra/o. Publicado originalmente em inglês, em 2008, ***Memórias da Plantação*** tornou-se uma importante contribuição para o discurso acadêmico internacional. Obra interdisciplinar que combina teoria pós-colonial, estudos da branquitude, psicanálise, estudos de gênero, feminismo negro e narrativa poética, esta é uma reflexão essencial e inovadora para as práticas decoloniais. Disponível em <<https://www.publishnews.com.br/materias/2019/07/15/o-racismo-cotidiano>>

³⁴ Com curadoria do coletivo colombiano La Silueta, a mostra apresenta um conjunto de obras do artista Emory Douglas do período em que era diretor artístico, designer e ilustrador do The Black Panther, jornal do Partido dos Panteras Negras. Fundado em 1966 por Huey P. Newton (1942-1989) e Bobby Seale (1936), na cidade de Oakland, Califórnia, o Partido dos Panteras Negras foi uma importante organização política extraparlamentar americana, seus integrantes foram idealizadores de manifestos ideológicos com reivindicações sociais, econômicas e políticas para a comunidade afro-americana nos Estados Unidos. Disponível em <<http://www.canalaberto.com.br/index.php?r=clientes/prorrogada-todo-poder-ao-povo-emory-douglas-e-os-panteras-negras-no-sesc-pinheiros>>

³⁵ Mantido pelos empresários do comércio de bens, turismo e serviços, o Sesc - Serviço Social do Comércio é uma entidade privada que tem como objetivo proporcionar o bem-estar e a qualidade de vida aos trabalhadores deste setor e sua família. Disponível em <<https://www.sescsp.org.br/pt/sobre-o-sesc/quem-somos/apresentacao/>>

³⁶ A exposição História Afro-Atlânticas apresenta que “o Brasil é um território central nas histórias afro-atlânticas, pois recebeu aproximadamente 46% dos cerca de 11 milhões de africanos e africanas que desembarcaram compulsoriamente neste lado do Atlântico, ao longo de mais de 300 anos. Também foi o último país a abolir a escravidão mercantil com a Lei Áurea de 1888, que não previu um projeto de integração social, perpetuando até hoje desigualdades econômicas, políticas e raciais. Por outro lado, o protagonismo brasileiro nessas histórias fez com que o país desenvolvesse uma rica e profunda presença das culturas africanas. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/exposicao-historias-afro-atlanticas-apresenta-450-trabalhos-em-sp>>

datas de 13 de maio³⁷ e 20 de novembro³⁸. O evento contou com diversas manifestações artísticas, reflexivas e formativas.

O estudo de caso do evento FFP, em sua 17ª edição, buscou por meio do circuito anual de eventos, com realização na semana da consciência negra, a importância do evento étnico-racial da população negra no calendário anual de eventos da cidade de São Paulo, tendo em vista a necessidade de inserção da população negra nos meios de produção, com apoio à mobilidade da população negra através de ações empreendedoras, incentivando a comercialização, demonstração e reconhecimento da cultura negra num movimento de transformações no cotidiano do centro urbano-econômico.

Lipovetsky (2004, p.32) observa este fluxo da seguinte maneira “[...] salvo o fenômeno periférico, as mudanças cristalizam-se em nova norma coletiva permanente: é sempre o princípio de mobilidade que prevalece, a despertar a abertura para história”. Desta forma o FFP movimentou os afroempreendedores, que em sua maioria vivem em regiões periféricas e mobilizam-se para expor seus produtos durante o festival e empreender no Centro Histórico Tradicional (CHT)³⁹, contribuindo para uma discussão de quanto o turismo de negócios e eventos fortalece o capital cultural da população negra.

Contabilizando sua 18ª edição, o FFP conta com afroempreendedores que presenciaram, ao longo dos anos, a feira tornar-se um festival, crescer e se organizar. Esse crescimento se dá, pois, inclui o aumento destes trabalhadores que utilizam esse

³⁷ A Lei Imperial n.º 3.353, sancionada em 13 de maio de 1888 “extinguiu o sistema de produção escravista”. Porém não previu nenhum meio de inserção desta população liberta, razão pela qual este dia não é celebrado pela população negra, passando assim a ser lembrado pela falta de políticas públicas atuantes nas causas antirracistas e de promoção da igualdade racial. Disponível em https://www.sescsp.org.br/programacao/189681_DO+13+AO+20+REEXISTENCIA+DO+POVO+NEGRO#/content=programacao

³⁸ O Dia da Consciência Negra é comemorado no Brasil em 20 de novembro. Este dia está incluído na semana da Consciência Negra e tem como objetivo uma reflexão sobre a introdução dos negros na sociedade brasileira. O dia 20 de novembro foi escolhido como uma homenagem a Zumbi dos Palmares, data na qual morreu lutando pela liberdade do seu povo no Brasil, em 1695. Zumbi, líder do Quilombo dos Palmares, foi um personagem que dedicou a sua vida lutando contra a escravidão no período do Brasil Colonial, onde os escravos começaram a ser introduzidos por volta de 1594. Um quilombo é uma região que tinha como função lutar contra as doutrinas escravistas e também de conservar elementos da cultura africana no Brasil. Em 2003, no dia 9 de janeiro, a lei 10.639 incluiu o Dia Nacional da Consciência Negra no calendário escolar, a mesma torna obrigatória o ensino sobre diversas áreas da História e Cultura Afro-Brasileira. São abordados temas como a luta dos negros no Brasil, cultura negra brasileira, o negro na sociedade nacional, inserção do negro no mercado de trabalho, discriminação, identificação de etnias, etc. Disponível em <https://www.significados.com.br/dia-da-consciencia-negra/>

³⁹ Com base em três recortes espaciais como categoria de análise, eleitos por Teles (2005). O autor destaca a formação do Centro Histórico Tradicional (CHT), Centro Velho da cidade de São Paulo e o Central Business District (CBD). A pesquisa de Teles (2005) revela que o CBD, localizado na região da Avenida Faria Lima, apesar de oferecer grande infraestrutura de hotéis, restaurantes e casas de espetáculos, ainda não conta com uma rica oferta de atrativos turísticos, que é encontrada no CHT.

modelo de negócio e expõem em feiras. Apesar das sucessivas edições, este afroempreendedor ainda busca sua autonomia financeira, seja na renda primária e/ou secundária. Na feira existe a circulação de dinheiro, momento o qual contemplamos a movimentação da população negra empreendedora e sua contribuição para o processo produtivo.

Numa lógica que permeia este ambiente de pesquisa mencionado por Lobo (2010), tentamos compreender como “os espaços mercantis que fogem à lógica prevista da formalidade e às práticas dominantes da economia contemporânea têm ocupado muitos estudiosos que refletem sobre fluxos informais que se concretizam em feiras”.

No cenário urbano de uma metrópole como São Paulo, identificamos diversas segmentações. Para Teles (2007) “entre esses segmentos destacam-se aqueles ligados aos setores de negócios e de eventos, dos quais se alimenta o turismo”.

Dados apresentados no 1º CONFETUR⁴⁰ (2019), organizados e informados pela SMTur, mostram que os números relacionados as atividades turísticas em São Paulo impressionam, sendo estes:

- a) 15.757.990 turistas estimados na cidade (FIPE, 2018);
- b) R\$ 12.942.109.000 receita turística estimada em (FIPE, 2018);
- c) R\$ 329.972.831 arrecadação Imposto Sobre Serviço - ISS (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2015);
- d) Recebe 82% turistas nacionais e 18% turistas estrangeiros (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2015).

Além de outros dados quantitativos apresentados no 1º CONFETUR (ANEXO A — Anais 1º Confetur 2019, propostas finais do GT2 Calendário de Eventos Inteligentes, para andamento da SMTur, pág. 62), em 2019, a respeito de equipamentos turísticos, incluindo 127 parques, 145 teatros, 30 mil bares, 20 mil restaurantes, 126 museus/memoriais/centros de memória, 9 estádios, 42 mirantes, 105 centros culturais, entre outros dados. Destaco aqui o setor de Turismo de Negócios e Eventos:

⁴⁰ 1ª Conferência Municipal de Turismo de São Paulo, foi realizada entre os dias 16 e 17 de agosto de 2019 e contou com a participação do poder público, privado e sociedade civil, unidos para discutir o futuro do turismo paulistano. Ao final do evento foram lançados anais sobre os resultados do evento, a que compreende o grupo de trabalho (GT) 2 - Calendários de eventos inteligentes, está anexa à pesquisa. Disponível em: <<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/turismo/eventos/?p=280247>>

- a) Cidade de São Paulo é referência de turismo de negócios e eventos para o MERCOSUL (ICCA, 2018);
- b) 85% das feiras acontecem na cidade de São Paulo (UBRAFE, 2019);
- c) Mais de 1650 congressos, convenções e simpósios em 2018 (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2019);
- d) R\$ 13 bilhões/ano de receita e recursos gerados pelo turismo (FIPE, 2019);
- e) 47% dos visitantes tanto nacionais e internacionais provém dos negócios (CONFETUR, 2019);
- f) Movimenta setores como: transporte aéreo e terrestre, lazer, alimentação, hospedagem, compras, entre outros.

Teles (2007), ao considerar o turismo de negócios e o de eventos, enfatiza que esta atividade somada a ao segmento cultural valoriza o turismo urbano na cidade de São Paulo, desta forma os eventos:

[...] ocupam espaços que promovem e valorizam determinadas localidades, agregando naturalmente parte da oferta, integrando as áreas expandidas e alterando os limites de espaços funcionais do município como um todo, de modo a beneficiá-las com as políticas urbanas traçadas pelo poder público. (TELES, 2007, p.187).

O autor também corrobora revelando que ao longo de quatro décadas, à luz da lógica do capital, foram expandidos os espaços de produção, com impacto direto em políticas públicas e na mobilidade urbana:

Na década de 1990, houve o prolongamento dos negócios da Avenida Paulista [...] em direção à região da Faria Lima e Luís Carlos Berrini, embora estas já existissem em 1980. A criação de uma nova centralidade ocorreu num intervalo de tempo menor em relação ao que aconteceu na região da Paulista. Verificou-se que a migração do CBD – Central Business District do CHT – Centro Histórico Tradicional para a Paulista foi mais lenta, se comparada ao desdobramento do centro de negócios da Paulista para a Berrini/ Faria Lima. (TELES, 2006).

Teles (2007) apresenta que, mesmo considerando os esforços dos órgãos responsáveis pelo CHT, a lógica do mercado turístico local não é contemplada, desta forma “as ações voltadas para este segmento são pontuais e não contribuem para

complementar o grande mercado de capitais, não concorrendo assim, para lógica de produção global” (TELES, 2007, p. 186).

Diante de análises críticas como esta, em 2008 surge a proposta de potencialização do turismo por meio da revitalização do centro, que, apesar de apresentar potencial, “sofria com inúmeras dificuldades para garantir o uso turístico de seus recursos” (SPTuris, 2008). Nessa perspectiva de desenvolvimento, social, econômico e cultural foi elaborado o “Plano Desenvolvimento Turístico do Centro de São Paulo”.

Observo que o CHT foi ambicionado por séculos, regido pela força do movimento financeiro, reafirmando sua imagem de luxo. Havia grande visibilidade e oferecia inclusive um espaço de entretenimento aos seus frequentadores.

No entanto, atualmente o CHT vivencia uma situação de precariedade de infraestrutura, momento no qual a iniciativa pública, a fim de restaurar a historicidade da região, busca por meio de projetos a revitalização do Centro Histórico⁴¹, buscando retratar o cenário da riqueza, acúmulo de capital e a reprodução da lógica econômica.

O FFP, em sua historicidade (apresentada no Capítulo 3.2 no **Quadro 1 - Surgimento do Festival Feira Preta**), demonstra que o evento passou por deslocamentos espaciais até instalar-se no CHT. No capítulo específico sobre a formatação do FFP, foi identificado que o festival tem seu início na Vila Madalena e, em seguida, migrou para região da Praça Benedito Calixto (SILVA, 2016), áreas denominadas CBD. Ali a feira foi realizada uma única vez, pois devido à pressão exercida pelos moradores através de um abaixo-assinado, a feira foi impedida de realizar a sua segunda edição no mesmo local. Os moradores da região alegaram que a cultura representada na feira não contemplava a cultura dos moradores do bairro⁴² (BARBOSA, 2017).

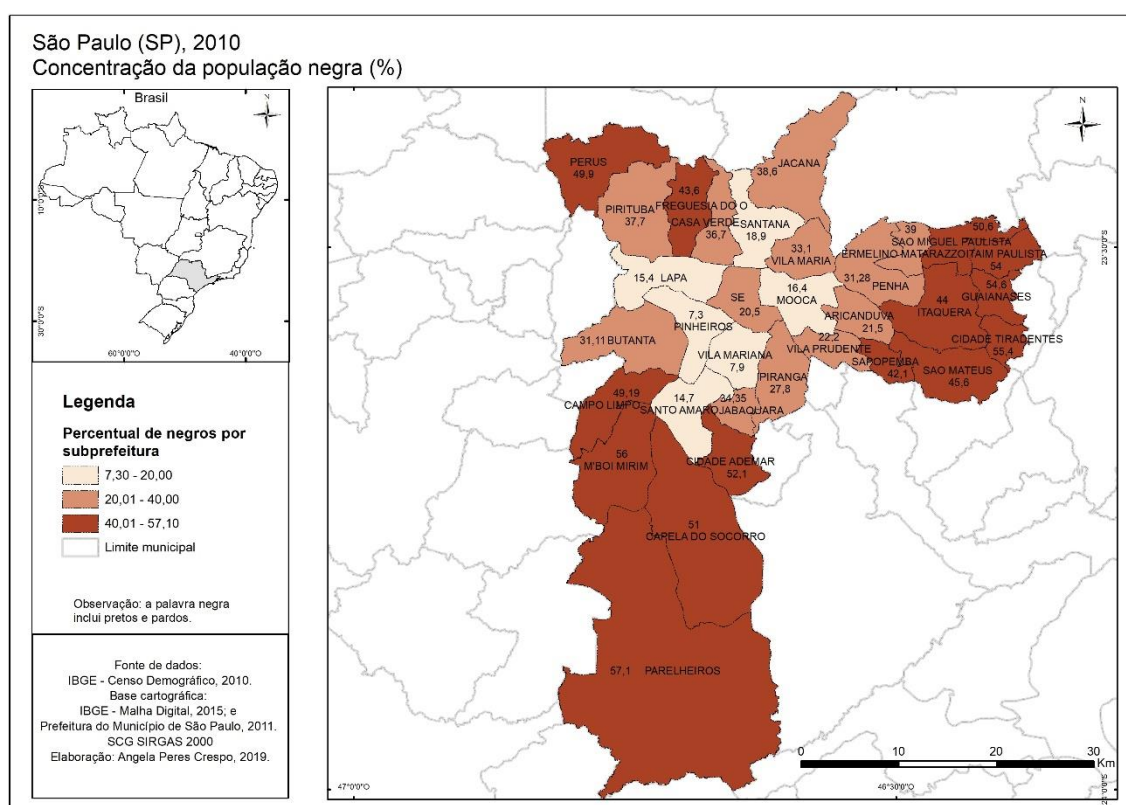
Da mesma forma que o CHT foi cobiçado pela população mais abastada, o CBD também o é atualmente. O CBD se constrói em bases de grande fluxo de capital, tornando-se o novo centro econômico da cidade de São Paulo. Observa-se que além da região concentrar o maior fluxo econômico, maiores salários e o mais alto nível da

⁴¹ Contemplando a região do CHT “a colina original estruturada em torno das igrejas e ordens coloniais – Carmo, São Francisco e São Bento e seus largos – sofreu uma primeira grande reforma urbanística, com implantação de um projeto do francês Boulevard, no vale do Anhangabaú. O Teatro Municipal e sua esplanada sobre o vale, o viaduto do Chá e o alargamento de ruas e vielas coloniais configuraram a “cidade do triângulo” (São Bento/Direita/15 de novembro) ...” (Rolnik, 2009, p.17).

⁴² Palestra assistida em 06 de novembro de 2017, organizada por TEDx SãoPaulo (Independently Organized TEDx Event) a partir do tema Pontes, realizado na Sala São Paulo, São Paulo.

especulação imobiliária, concentra também as estruturas produtivas do capital. Por isso possui as mesmas características excludentes das elites, demonstradas quando a associação de bairro se reúne junto aos moradores e nega a realização de um evento de cultura periférica, de cultura negra. O **Mapa 1 – Concentração da População Negra em São Paulo**, revela como uma mancha, que a população negra está às margens da cidade, tendo a região de Parelheiros com 57,1% de negros enquanto que, no mesmo mapa, a região de Pinheiros, onde localiza-se a Praça Benedito Calixto, concentra-se somente 7,3% de população negra.

Mapa 1 - Concentração da População Negra em São Paulo



Fonte: IBGE – Censo Demográfico, 2010, Base Cartográfica: IGE – Malha Digital, 2015; e Prefeitura do Município de São Paulo, 2011 SCG SIRGAS 2000 – Elaboração: Angela Peres Crespo, 2019.

Quando observamos que “a cultura representada na feira não contemplava a cultura dos moradores do bairro”, onde a maioria dos moradores são brancos, Silva (2017) aborda, no artigo ‘Aprender, ensinar e relações étnico-raciais no Brasil’, o fato de que “pessoas brancas não costumam sentir-se pertencentes a um grupo étnico-racial, ou dão pouca atenção para sua identidade racial, uma vez que viver como branco é uma norma aceita pela sociedade” (SILVA, 2017, p.492).

Para Almeida (2018, p.35), as instituições estão ativamente participando das regras, resultando, portanto, “na imposição de padrões sociais que atribuem privilégio aos brancos ou grupos raciais específicos”, como foi mencionado no caso dos eventos étnicos, fica claro que “a estética branca remete signos positivos” ao passo que a estética negra é frequentemente questionada por suas ações.

Por meio do amadurecimento do projeto Feira Preta e o entendimento sobre o uso do espaço público e após diversos embates, a idealizadora, Adriana Barborsa, formaliza o projeto com a criação do Instituto Feira Preta e passa a contar com suporte de órgãos públicos entre outras parcerias para realização do evento, que a partir de 2017 passa a ser realizado no CHT, considerado pela SPturis como o lugar onde projetos de arte e cultura tem maior visibilidade, diante dos objetivos do plano de revitalização do centro estabelecido em 2008, conforme mencionado anteriormente.

Porém, numa estratégia de movimentação econômica e revitalização, encabeçada pela opinião pública, este espaço é estimulado a fazer parte dos grandes centros comerciais “populares”. Momento propício, no qual a população periférica, de baixa renda e em sua maioria negra, conforme o **Mapa 1 – Concentração da População Negra em São Paulo**, passa a contribuir e concentrar seus gastos no CHT, movimentando a economia local.

Almeida (2018) relata que o que rege as instituições são ações que consistem num “conjunto de significados previamente estabelecidos pela estrutura social” estas manobras de impacto social, econômico e político influenciam “no comportamento humano tanto do ponto de vista das decisões e do cálculo racional como dos sentimentos de preferência” (ALMEIDA, 2018, p.36).

O impacto econômico, social e político é sutilmente sentido, uma vez que o festival ganha espaço no CHT ou centro velho da cidade, região da cidade que abriga os maiores fluxos de compra populares, conforme o **Mapa 2 – Circuito de Compras**, colocando o festival num cenário consolidado de compras, contribuindo para circulação monetária e interagindo no fluxo afroempreendedor da periferia para o centro:

Mapa 2 – Circuito de Compras



Fonte: Google Earth, 2019 - Elaboração: Angela Peres Crespo, 2019.

Contudo, as orientações da cidade de São Paulo mantêm a lógica econômica, e como resultado as ações avaliadas e formuladas pelo poder público e a gestão do turismo por meio do Plano Municipal do Turismo (PLATUM) 2011-2014:

[...] apontam como segmentos prioritários o turismo de negócios e eventos o turismo cultural e o turismo de lazer e entretenimento; e como segmentos secundários, turismo de saúde, o turismo de compras, o turismo de estudo/educacional, o turismo gastronômico e o turismo LGBT” (PLATUM, 2011, p.211).

O turismo de negócios e eventos que influencia diretamente no fluxo de pessoas, desponta como um segmento de grande importância, uma vez que a receita gerada ultrapassa R\$ 13 bilhões, segundo dados (UBRAFE; FIPE). Conforme a UBRAFE (2006), esta receita coloca São Paulo como uma referência no setor de turismo de negócios e eventos.

Como segmento prioritário, o turismo de negócios e eventos da cidade de São Paulo ainda depende de um plano de mobilidade fluida para proporcionar melhores experiências aos visitantes e/ou consumidores. Especialmente nos grandes centros

de exposições⁴³ que a cidade oferece e seus arredores, onde o trânsito se torna caótico, exigindo apoio da CET para organização deste deslocamento.

Um exemplo está no turismo de compras, evidenciado pela infraestrutura precária oferecida nos centros populares de compras localizados no CHT como o bairro do Brás, a Rua Santa Ifigênia, Rua 25 de Março, Rua José Paulino, entre outras. As multidões de consumidores que frequentam estas regiões se misturam entre veículos, barracas e pessoas, por muitas vezes ocupando o mesmo espaço, e os investimentos em infraestrutura contrapõem o retorno financeiro que a região produz para cidade.

Milton Santos (1960) define os subsistemas urbanos como superior e inferior, com uma relação dialética de subordinação e concorrência e, nestes subsistemas, “as formas de produzir, distribuir, comercializar e consumir geram materialidades distintas, visíveis na paisagem urbana” (SILVA, 2012).

As características do circuito de compras identificado na região do CHT estabelecem a localidade como circuito inferior no qual conecta as atividades de “pequena dimensão, com uso de mão de obra intensiva, que se cria e se recria com pouco capital”. Acontecimentos característicos do circuito inferior são a “existência de trabalho com baixa remuneração e intermitente, demanda a criação de formas de sobrevivência por grande parte da população” (SILVA, 2012).

Vale ressaltar que em 2014 foi aberto edital para o Projeto Circuito das Compras, uma forma de incentivar o desenvolvimento das atividades em locais destinados ao turismo de compras. O projeto tem a proposta de oferecer uma determinada infraestrutura atendendo as necessidades básicas deste visitante, porém a medida é caracterizada como paliativa visto a demanda latente por mobilidade que a cidade apresenta.

As regiões que despertam o seguimento de comércio popular sofrem com a racialização da infraestrutura, uma vez que o público visitante pertence à classes desfavorecidas, prevalecendo negros e pobres, existindo então a necessidade econômica de comprar algo com baixo custo. Diante desta realidade, não existe uma preocupação do Estado em oferecer uma infraestrutura dedicada à região, em alguns casos, tampouco a infraestrutura básica.

⁴³ Centro de exposições: São Paulo Expo (Rodovia Imigrantes Km.15); Centro de Convenções do Anhembi/Sambódromo (Zona Norte próximo à Estação Portuguesa-Tietê); Pavilhão Bienal (Parque Ibirapuera) e Transamérica Expo Center (Zona Sul).

2.3 FESTIVAL FEIRA PRETA: RESSIGNIFICANDO O AFROEMPREENDEDORISMO

Anualmente em novembro, no mês da Consciência Negra, a população negra da cidade de São Paulo espera poder manifestar-se livremente em eventos que contribuam com discussões sobre o racismo, momentos nos quais poderá encontrar seus pares, exaltando sua negritude através da estética em conjunto com a celebração de todas as idades, destacando-se pelo uso de roupas com estampas de símbolos religiosos (orixás, búzios, santos, etc.), ídolos do movimento negro internacional (Ângela Davis, Martin Luther King Jr., Malcolm X, Marcus Garvey, Pantera Negras, Nelson Mandela, entre outros) e/ou estampas africanas muitas vezes trazidas e apresentadas por africanos que vivem e comercializam no Brasil (Angolanos, Congolês, Ganeses, Nigerianos, Moçambicanos, Senegaleses, entre outras nacionalidades).

Encantando seu consumidor com o acesso às literaturas de combate ao racismo escrita por brasileiros negros e/ou africanos, aproximando as experiências de vidas negras em diferentes níveis de discussão político, social, cultural e econômico, tratada por uma gama de autores como: Kabenguele Munaga, Elikian M' Bokolo, Joseph Ki-Zerbo, Achile Mbembe, bell hooks, Frantz Fanon, Zora Neale, Patricia Hill Collins, Grada Kilomba, Chimamanda Ngozi Adichie, Chinua Achebe, Amadou Hampaté Bâ, Cheik Anta Diop, Kwane Anthony Appiah, Paulin Hountondji, Ismael Beah, Abdias Nascimento, Solano Trindade, Carolina Maria de Jesus, Clovis de Moura, Nina Lino Gomes, Luiza Bairros, Sueli Carneiro, Silvio de Almeida, Dennis de Oliveira, Rosane Borges, Lélia Gonzales, Jesse Souza, Beatriz Nascimento, Carla Akotirene, Josenilda da Silva, Petronilha Silva, Luis Carlos (Cute), Cidinha da Silva, Allan da Rosa, Ana Maria Gonçalves, Pedro Jaime, Carlos Moore, Conceição Evaristo, Lázaro Ramos, Carlos Machado, Marielle Franco, Joyce Berth, Djamila Ribeiro, entre outros.

Exaltando músicos ou bandas nacionais e internacionais que representam a cultura negra (Elza Soares, Leci Brandão, Wilson Simonal, Jorge Ben Jor, Tim Maia, Chico César, Jair Rodrigues, Sandra de Sá, Sabotage, Thaíde, Dexter, Racionais MC's, 2Pac, Nina Simone, Erykha Badu, James Brown, Bob Marley entre outros). Momento ao qual o tamanho dos seus cabelos crespos não é criticado e ao som da "*black music*" juntos na mesma sintonia de amigos e/ou desconhecidos dançam

nostalgicamente como os eventos bailes *black* da década 70 e 80⁴⁴ (ANEXO B — Ingressos Bailes Black da Chic Show na S.E. Palmeiras década de 80), gerando circulação monetária, fortalecendo o movimento afroempreendedor e inserindo a população negra aos meios de produção a qual foi severamente excluída.

Para Santos & Meneses (2009), são demonstradas experiências de outras maneiras de vida, outros universos simbólicos das epistemologias sul que resistem e criam alternativas. Lipovetsky (2004, p.25) acrescenta sobre a moda que é “[...] em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve”. O FFP é, portanto, um símbolo de resistência, pois apesar dos percalços vividos em edições anteriores, que serão relatadas nos próximos capítulos, o evento se posiciona como uma feira étnica, que resgata valores e trabalha para levar a moda afro à população da negra periférica e os admiradores da cultura negra, contribuindo com o fluxo periferia para CHT e aproximando o afroempreendedor do centro urbano, que por sua vez conflui na economia, renda e oportunidades de negócios.

Para o evento, houve previamente a inscrição e seleção de 120 afroempreendedores. Após selecionados (as), estes participaram de um curso junto à Consultoria de Afroempreendedorismo do Instituto Feira Preta (AFROLAB), que trabalhou com projetos itinerantes nas cidades de São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ, Salvador-BA e Recife-PE.

Dados do site Instituto Feira Preta mostram que, em 2018, o Banco Itaú participou como patrocinador *master*, a Academia Assaí Bons Negócios e o Instituto GRA estiveram como patrocinadores, o Instituto Coca-Cola, a Fundação Tide Setúbal

⁴⁴ Nas décadas de 1970 e 1980, Luizão, idealizador de bailes, utiliza o espaço de eventos da Sociedade Esportiva Palmeiras (SEP) para grandes shows de artistas nacionais e internacionais. Conforme Luizão ousar fazer shows em Perdizes, foi uma ocupação do espaço branco da cidade de São Paulo. Cartazes em formato de lambe-lambe foram espalhados em diferentes periferias da cidade. No documentário Luizão fala da importância da Chic Show para comunidade negra e a repercussão mundial que os bailes alcançaram. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=1_DK96_alQg

Em entrevista para a Verdão Web (2014), Luizão lembra que colocava cerca de 23 mil pessoas em um espaço que cabiam apenas 12 mil. Havia questionamento dos sócios, porém a diretoria autorizava. Luizão relata que “surgiram alguns obstáculos, a gente fazia eventos chiques, mas era o baile da periferia, o baile da negrada [...] era uma ousadia muito grande chegar no salão de festas da elite da cidade, estávamos fazendo festa no palácio do rei [...] hoje a questão do racismo está mais diluída, mas na época era bem forte, havia uma distância muito grande entre brancos e negros [...] começou a existir choque com os associados”. Disponível em <<https://www.verdaoweb.com.br/news.asp?nID=7263#:~:text=Ap%C3%B3s%20negociar%20com%20a%20diretoria,de%20fazer%20grandes%20espet%C3%A1culos%20%C3%A1>>

e o Fundo Zona Leste⁴⁵ dividiram o copatrocinio, o apoio foi responsabilidade da Civi-Co⁴⁶ e da Oi Futuro e a parceira do evento ficou com o *British Council*.

Lipovestky (2004) discute que o consumismo não deve ser criticado tampouco endeusado, mas sim entendido. Nesta reflexão, o FFP busca parcerias sólidas e organizativas, acompanhando a temporalidade do consumo. O evento se perfaz no discurso emocional do consumo identitário, o qual se conecta com reconhecimento das raízes, pertença a um grupo, assim proporciona visibilidade ao afroempreendedor e procura satisfazer os admiradores da cultura e arte negra, os quais vivenciam momentos de felicidade com a comunidade negra, possibilitando criar um viés consciente do afroempreendedorismo sustentável e responsável por meio da valorização de diferentes afronegócios.

Berth (2019, p.94), ao explorar obras de hooks⁴⁷, aborda a resignificação como um processo grupal e político, a fim de enfrentar o racismo e o sexismo, fazendo com que a identidade subjugada seja questionada:

[hooks] reconhece que grupos são vitimizados quando oprimidos, estruturalmente falando, mas chama atenção para o fato de reivindicar a identidade vitimada como ferramenta de luta, em vez de pensar mecanismos de enfreamento às opressões, fixando esses grupos, num lugar inerte que não promove a descolonização política.

Por meio de um trabalho autônomo, dedicado à incubadora de afroempreendedorismo, o FFP realizou a 17ª edição do evento nos dias 18 a 20 de novembro 2018, na Praça das Artes, localizada no centro da cidade de São Paulo e muito próximo à estação de Metrô do Vale Anhangabaú, na área delimitada como CHT.

⁴⁵ O Fundo Zona Leste Sustentável (FZLS) é uma iniciativa pioneira que visa estimular empreendimentos inovadores, além de canalizar recursos de pessoas físicas e jurídicas para aplicá-los em iniciativas que possam gerar negócios locais orientados a sustentabilidade. Disponível em http://zlsustenta.org.br/quem_somos

⁴⁶ Civi-co espaço de inovação para empreendedores cívico-sociais, reunindo pessoas e organizações que geram transformações positivas na sociedade e nos espaços público e governamental brasileiros. Disponível em <https://www.civi-co.net/quem-somos>

⁴⁷ bell hooks "**o mais importante em meus livros é a substância e não quem sou eu**" e assim a escritora segue escrevendo seu pseudônimo em minúsculo. Com mais de 30 livros publicados, a feminista, escritora, crítica cultural e ativista estadunidense é pouco conhecida (e traduzida) no Brasil. Sua contribuição abrange elementos fundamentais para a compreensão de questões conectadas ao debate de raça gênero e classe. Influenciada pelo escritor brasileiro Paulo Freire, a escritora defende a pluralidade dos feminismos e compreende a prática pedagógica como um lugar fundamentalmente político e de resistência nas lutas antirracista e anticapitalista. Em 2019 a escritora esteve no Brasil a convite da Fundação Rosa Luxemburgo, momento que também lançou a sua obra **Olhares Negros – Raça e representação**. Disponível em <https://www.geledes.org.br/a-pedagogia-negra-e-feminista-de-bell-hooks/>

A região do CHT também abriga a principal área de comércio popular da cidade, criando uma sintonia entre a população negra e seu poder aquisitivo, pois esta, em sua maioria, é desprovida de recursos financeiros. Dados colhidos na entrevista realizada na 17ª edição do FFP, revelam que os afroempreendedores vivem longe do CHT, porém circulam no mesmo à procura de matéria-prima e também cobiçam vender seus produtos na região, devido ao potencial econômico da área, consolidando o movimento de pessoas e mercadorias.

Um importante dado colhido nas entrevistas revela que em uma estratégia de padronização dos serviços prestados por afroempreendedores, o Instituto Feira Preta, através das oficinas, estimula a circulação monetária entre a população negra. Após as oficinas estes empreendedores estão aptos a angariar um contingente de 52 mil consumidores que terão somente três dias para o consumo dos mais diferentes produtos. Muitos dos empreendedores entrevistados elogiam a estratégia, afirmando inclusive que, após sua participação nas oficinas, aproximou-se das causas negras, passando a reivindicar por seus direitos com maior propriedade, além de compreenderem melhor a importância da circulação monetária entre a comunidade (ANEXO C — Afroempreendedora do setor de cosméticos fala da importância de participar da Feira Preta).

Porém, para tais oficinas existe uma seleção com critérios não divulgados, deixando dúvidas sobre o processo de escolha dos afroempreendedores. Durante o FFP pude presenciar algumas orientações sobre o uso do espaço e exposição de produtos, inclusive houve expositor que foi deslocado do *layout* original por descumprir as regras. Fica evidente que, de alguma forma, a organização do festival deve atender à certas exigências de parceiros da esfera pública e/ou privada, punindo afroempreendedores que descumpram acordos comerciais.

Devido ao racismo estrutural, realidade que permeia os afronegócios, combinado à falta de acesso à educação, entre elas em especial a educação financeira, existe um certo consenso entre os afroempreendedores entrevistados sobre a necessidade de um maior conhecimento em educação financeira, a fim de prosperar seus negócios.

Os afroempreendedores, já submetidos a essa lógica perversa onde as privações são constantes e na maioria das vezes sem ter a quem recorrer além de seus pares, levam para seus negócios dívidas e empréstimos, gerando um círculo

vicioso. Entretanto, dentre os entrevistados existe o comum acordo de que a estrutura do festival incentiva os afronegócios, além do AFROLAB corroborar para discussões sobre empoderamento financeiro, autoestima e valorização dos produtos.

O FFP além de estimular a circulação monetária entre a comunidade negra, resgata centenas de artistas para diferentes manifestações artísticas, valorizando a cultura e a “autoafirmação” da população negra.

Neste cenário, observa-se que o caminho da Feira Preta até o Festival Feira Preta, passou do amadorismo à construção de um negócio. Com formato consultivo, apoia o afroempreendedor a trabalhar seu negócio num ambiente de livre concorrência entre pares, estabelecendo padrões de atendimento, proporcionando uma experiência sem igual, o evento pode contribuir muito por ser considerado uma experiência única (KOTLER&KELLER, 2006).

Este relacionamento criado pelo FFP, por meio do circuito anual de eventos, com realização na semana da Consciência Negra e com a inserção do evento étnico-racial na espacialização urbana, faz com que este afroempreendedor, de forma espontânea, passe a participar do mercado que rege o centro urbano-econômico.

Para Santos & Meneses (2009), são demonstradas experiências de outras maneiras de vida, outros universos simbólicos da epistemologia do sul que resiste e cria alternativas. O FFP movimenta os afroempreendedores, que em sua maioria vivem em regiões periféricas, mobilizando os mesmos durante o festival para empreender no CHT e contribuindo para uma discussão sobre quanto o turismo de eventos e negócios fortalece o capital cultural da população negra.

Este encontro dos negócios da periferia com o centro, além de criar relações interculturais, oportuniza apresentar a autenticidade das artes ali expostas. Para Boorstin (1964), sem se dar conta da realidade, assim interagem as apresentações inventadas com pouca autenticidade, o que posteriormente foi questionado e chamado de “autenticidade-encenada”, como resultado das relações sociais do turismo e não uma procura individualista inautêntica (MCCANNEL, 1973).

Boorstin e McCannel, teóricos do turismo, fazem severas críticas em consideração ao “pseudo-acontecimento”, em contraponto, o ambiente do festival com a presença dos *designers*, artesãos entre outros artistas expositores, impulsiona a criatividade, fazendo valer a autenticidade naquele ambiente.

O FFP integra diferentes valores, além de contribuir para ação afroempreendedora, pois apresenta-se com autenticidade, valoriza a identidade, estimula a circulação monetária entre a comunidade e difunde a cultura da população negra oriundas de diferentes estados do Brasil, contribuindo para ressignificação do afroempreendedorismo. Durante as entrevistas realizadas na 17ª edição do festival, fiz contato com afroempreendedores que se deslocaram de diferentes regiões de São Paulo e de outros estados como Rio de Janeiro, Bahia, Minas Gerais e Pernambuco, sua finalidade era comercializar e acompanhar este movimento, que está consolidado na cidade de São Paulo e diretamente influencia na imagem de seus produtos.

Para Kotler & Keller (2006), os eventos estão entre as diversas ferramentas do *mix* de comunicação que se mostraram efetivas em suas ações e em seus diversos formatos, além de ter sido uma forma de aproximar os consumidores. Com a melhora da imagem, a busca do posicionamento e a definição da melhor estratégia de comunicação de massa, os eventos podem estar no universo de experiência até então não vivenciada e ter grande poder de influência, atingindo os mais diversos níveis da sociedade.

3 REDE DE TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS

3.1 TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS: A VISIBILIDADE DA REDE AFROEMPREENDEDORA

O FFP é um evento organizado pelo Instituto Feira Preta, que durante a semana da Consciência Negra apresenta afroempreendedores de diferentes regiões do país e integra parcela da população que resiste à massiva exclusão dos empregos formais.

Os afroempreendedores, em especial os pertencentes ao FFP, integram os eventos da cidade de São Paulo, na maioria das vezes, na posição de profissionais coadjuvantes. Cadastrados pela prefeitura e sorteados para oferecer serviços de baixo custo⁴⁸, são raros os casos de destaque em um ambiente no qual, pela terminologia, naturalmente seriam protagonistas.

O capital cultural das feiras étnicas é um atrativo imprescindível para a vida urbana, devendo ser valorizado pelo Estado e amplamente divulgado nas agendas culturais da cidade pelos órgãos competentes.

Enquanto espaço de captação de negócios, as feiras étnicas naturalmente agregam forte apelo cultural. O turismo de negócios e eventos, segmentado pelas feiras em geral, aborda valores tangíveis que se refletem em receita financeira para a cidade. Em contraponto, as feiras étnicas além de rendimentos trazem à luz a discussão sobre os valores intangíveis, representados ali pela arte e cultura.

⁴⁸ Um exemplo são profissionais do ramo da alimentação (“gastronomia”), essenciais para qualquer tipo de evento. Estes, ao oferecer seus serviços para a Prefeitura de São Paulo, devem estar formalizados e cadastrados como prestadores de serviço na Secretaria de Desenvolvimento Econômico e do Trabalho. Após credenciados serão sorteados para trabalhar em eventos da cidade de São Paulo pelo período de 01 ano. Disponível em: <https://noticias.r7.com/sao-paulo/prefeitura-de-sp-abre-edital-para-a-venda-de-comida-de-rua-em-eventos-01082019?amp>

Os dados do Observatório do Trabalho - DIEESE da cidade de São Paulo revelam: “do total de ocupados na atividade de gastronomia 34,5% estavam empregados no setor privado com carteira assinada e 35,5% trabalhavam por conta-própria [empreendedor]” (Observatório do Trabalho- DIEESE, 2018, p.07). O estudo não apresenta o recorte raça e gênero, porém outro dado que revela o poder econômico das regiões com menor número de negros: afirma que “os empregos formais nas atividades econômicas da gastronomia tiveram maior concentração nos distritos das prefeituras regionais de Pinheiros e da Vila Mariana” (Observatório do Trabalho- DIEESE, 2018, p. 08).

Conforme dados do DIEESE (2018) a população periférica destaca-se como fornecedor dos serviços ambulantes de alimentação, “comida preparada, para o público geral, em locais abertos, permanentes ou não” e as regiões com maior incidência destes profissionais “foram mais representativas em distritos de regiões mais afastadas do Centro, como José Bonifácio (0,5%), Leste 2, Carrão (0,5%, na região Leste 1, Vila Curuçá (0,04%), na Leste 2, Cachoeirinha (0,3%), na Norte 2 e Jardim Ângela (0,3%, na região Sul 2” (Observatório do Trabalho- DIEESE, 2018, p. 29). Disponível em <https://observatorio.dieese.org.br/w2/producao-tecnica/arquivo/2/relatorio-sintetico-sobre-a-gastronomia-do-municipio-de-sao-paulo>

Sob o propósito da manifestação de diferentes experiências culturais, as feiras étnicas impulsionam o relacionamento comercial entre consumidores e possíveis investidores, que se interessam pelas temáticas, serviços e produtos desse segmento. A visibilidade do FFP, realizado no centro da cidade, proporciona a vantagem de estar próximo aos centros comerciais e econômicos, onde ocorrem outros eventos, qualificando seu público consumidor, tornando sua rede fortalecida entre o *habitué*, apreciadores e curiosos.

A partir desta realidade, as feiras étnicas ocupam o CHT, se beneficiando do lazer oferecido nesta localização, criando um forte vínculo cultural, impulsionando a diversidade de público através das atrações oferecidas e dos produtos comercializados, favorecendo o fluxo de pessoas e mercadorias na região e, de antemão, potencializando o turismo de negócios e eventos.

Bauman (2007), em sua obra “Tempos Líquidos”, aborda que o poder direcionado ao Estado moderno toma rumo para um espaço global e acaba por perder sua efetividade na ação local, resultado que é possível observar na ausência de controle político, revelando a incerteza, responsável por desconfigurar seu papel e deixar os indivíduos e/ou cidadãos desassistidos, os quais o autor nomeia como “abandonados pelo Estado” (BAUMAN, 2007, p.8).

Ações independentes, como a realização da Feira Preta desde 2002 e do atual Festival Feira Preta desde 2017, demonstram que a preocupação do Estado é pontual. Percebe-se que em novembro — devido a menção do mês da Consciência Negra — existe apoio à diferentes eventos com temáticas negras. Contudo, isto ocorre de maneira contraditória, pois ao longo do ano são inexistentes ações públicas a fim de incentivar a inclusão econômica da população negra, historicamente à margem da sociedade. Almeida (2018, p.36) reforça que o “racismo não se limita a representatividade”, cabe as instituições combater de maneira ativa, desconfigurando as práticas discriminatórias como uma normalidade.

Para Lipovetsky (2004, p.15), tratando-se de tempos hipermodernos, esta discussão conflui com a crise de desconfiança na democracia:

A relação com o tempo, as coisas não são assim tão simples, de um lado porque a consagração do presente não é tão evidente quanto dizem às vezes, de outro lado porque as críticas que são feitas a essa consagração passam frequentemente por cima do essencial.

Influenciando diversas redes, os impactos econômicos do turismo de negócios e eventos são analisados a partir das incidências de aumento de receita, estímulo de investimentos, geração de emprego e redistribuição de riquezas; bases que geram efeitos multiplicadores, com ações empreendedoras responsáveis por construir o evento FFP.

Como abordado no capítulo anterior, a cidade de São Paulo se consolidou referência de turismo de negócios e eventos para o MERCOSUL (UBRAFE,2006) devido sua capacidade de atendimento:

São Paulo organiza cerca de 90 mil feiras de negócios por ano o que representa um impacto econômico de R\$ 16,3 bilhões ao ano. Estes números ainda se convertem nos R\$ 7,3 bilhões ao ano de receita os recursos gerados pelos eventos nos setores de transporte aéreo, terrestre, lazer, alimentação, hospedagem, compras etc. 360 das 388 principais feiras de negócios organizadas no país ocorrem em São Paulo. (SPCVB, 2014).

Tendo em vista números que impressionam, sua captação de megaeventos também é destaque. Dentre os eventos realizados no primeiro semestre de 2013, se sobressaem a organização do Carnaval no Sambódromo, o Festival *Lollapalooza*, a SP Indy 300 e a Virada Cultural.

É importante reforçar que galgando este espaço, apesar de ter objetivos e ideais preestabelecidos, o evento FFP estará subordinado ao modelo de produção econômica definido pela rede de eventos da cidade de São Paulo, nos moldes da reprodução do capital. Vermelho (2015) reflete a origem da palavra, que não pode ser ignorada: “o conceito de rede – pontos unidos por linhas –, portanto, traz na sua essência elementos primitivos da ciência que permitiu construir e consolidar as habilidades de perceber o real e atribui-lhe significado.”

Os eventos estimulam o consumo, favorecendo diversos mercados, que de encontro estimulam redes de fornecedores, as quais complementam a atividade. Este ciclo reflete no aumento da oferta de empregos e distribuição de renda. Numa perspectiva de entrada e saída de recursos “os multiplicadores refletem o impacto dos gastos em eventos à medida que eles difundem pela economia e variam de acordo com o *mix* particular de indústrias em dada localização geográfica” (ALLEN et al., 2003, p.39).

A importância de um evento étnico da população negra na cidade São Paulo parte da necessidade de contemplar a população brasileira que, atualmente, é formada por cerca de 55,4% de negros e pardos, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio de 2017 (Pnad/IBGE), dado que é equivalente à 113 milhões de pessoas. No levantamento do Censo Demográfico de 2010 (IBGE/Instituto Ethos), é apontado que no estado de São Paulo vivem cerca de 11,2 milhões de pessoas, das quais cerca de 37% (4,1 milhões) se declararam negros. Para Almeida (2018), “o racismo pode levar a segregação racial, a divisão espacial das raças em bairros – guetos, bantustões, periferias”.

Levando se em conta tal marginalização que o ocorre na cidade de São Paulo, identifiquei que a população negra, vítima do racismo estrutural⁴⁹, está evidentemente afastada das regiões de concentração de renda, infraestrutura e segurança, porém, este fato parece fugir à realidade da sociedade paulistana. Pode-se, portanto, inferir que a miséria gerada no sistema neoliberal atinge mais diretamente a população negra que, desde sempre, esteve submetida à periferia do sistema.

Almeida (2018) reforça que “o racismo transcende o âmbito da ação individual [alcançando] a dimensão do poder como elemento constitutivo das relações raciais”. Este poder faz com que um grupo se sobreponha aos outros. Almeida (2018) avança nessa discussão afirmando que “quando há controle direto e indireto de determinados grupos sobre o aparato institucional”, os mais vulneráveis estão suscetíveis a imposições.

O Estado, através das instâncias do poder, colabora para a estratificação na cidade de São Paulo, a qual em suas margens encontra-se a população negra, vulnerável e com acesso limitado aos serviços básicos. Estas situações impactam e fragilizam diretamente esta população, influenciando suas atitudes no que diz respeito ao modo de vida e consumo. A população negra, por consequência, estabelece afronegócios, de maneira a posicionar-se economicamente ativa, a fim de manter sua sobrevivência.

Almeida (2018, p.44) complementa afirmando que a “raça define a vida e a morte”, questão que não pode ser desconsiderada nesta segregação das regiões da cidade, demonstrada no **Mapa 1 – Concentração da População negra em São Paulo**.

⁴⁹ Almeida (2018, p.38) “o racismo é uma decorrência da própria estrutura social, ou seja, do modo “normal” com que se constituem as relações políticas, econômicas, jurídicas e até familiares, não sendo uma patologia social e nem um desarranjo institucional. O racismo é estrutural.”

As atividades afroempreendedoras geralmente se organizam enquanto economia familiar e não possuem investimento e/ou visibilidade. Para Pagen et al. (2011, p.134), “o ponto importante é que cada nível de governo produz políticas que, podem direta ou indiretamente influenciar as capacidades empreendedoras em diferentes setores econômicos”.

Diante das “expressões do racismo cotidiano”, este pode se apresentar por meio de diferentes formas, uma vez que é um dos modos pelos quais o Estado amplia seu poder sob a nação. Almeida (2018, p.32) elenca que “o racismo pode ter sua forma alterada pela ação ou omissão dos poderes institucionais”.

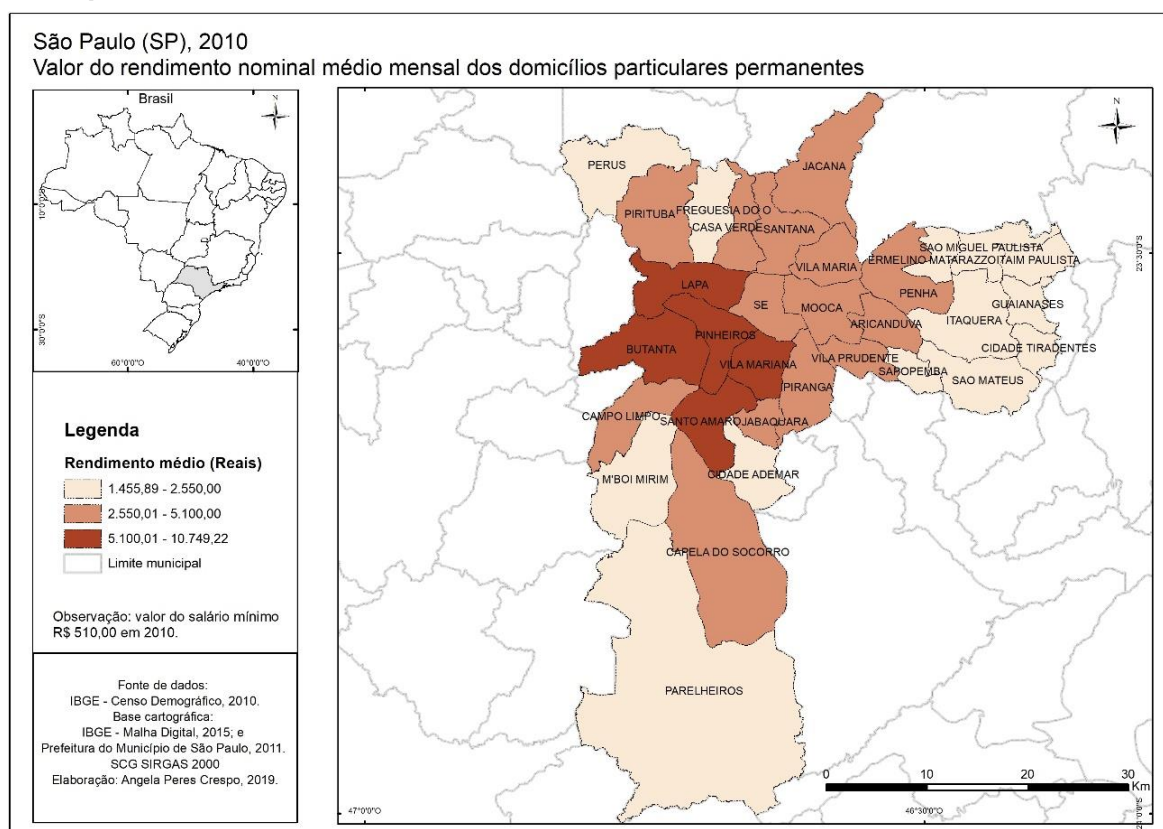
Os afroempreendedores, de forma criativa, se unem num movimento empreendedor, resgatando em seus produtos seus valores de vida e deixando nestes uma grande carga emocional. Para Boaventura (2009), este fato explica uma forte característica dos países da epistemologia do sul, nos quais a criatividade impulsiona os modos de vida.

As desigualdades impostas pela produção social da cidade de São Paulo estabelecem o distanciamento desta parcela da população dos atrativos turísticos oferecidos em regiões centrais, como é possível observar no **Mapa 1 – Concentração da População negra em São Paulo**. Bahia & Figueiredo (2017) abordam quanto o crescimento da cidade está imbricando a segregação de grande parte da população.

Assim, o FFP — além de oportunizar lazer, arte e cultura — valida a ação empreendedora, influenciando o cotidiano do centro-econômico e incluindo neste ambiente a população negra empreendedora, a qual “precisa ser entendido como integrado ao local e ao conjunto de estruturas socioculturais, econômicas e políticas que lá operam” (PAGEN et al., 2011).

Para evidenciar esta relação o **Mapa 3 - Rendimento Médio Mensal dos Domicílios Particulares Permanentes** ilustra como a cidade de São Paulo está distribuída por renda. É possível perceber que, mesmo com um relevante número de negros na cidade de São Paulo, marcadores como participação na distribuição de emprego e renda não são proporcionais em relação aos moradores do centro urbano-econômico. De maneira estratégica, como símbolo de desenvolvimento, mundialização e reprodução do capital, a população negra torna-se invisível e reside às margens da cidade:

Mapa 3 - Rendimento Médio Mensal dos Domicílios Particulares Permanentes



Fonte: IBGE – Censo Demográfico, 2010 Base Cartográfica: IBGE Malha Digital, 2015 e Prefeitura do Município de São Paulo, 2011. SCG SIRGAS 200. Elaborado: Angela Peres Crespo, 2019.

Esta população vive longe dos centros, ocupa os piores cargos e salários em empresas e se destacam nos maiores índices de desemprego. “Nas empresas, no entanto ocupam apenas 4,7% dos cargos executivos; 6,3% dos cargos gerenciais; 35,7% das folhas funcional, segundo levantamento Ethos com as 500 maiores empresas organizações do país” (REVISTA VOCÊ S/A, 2017, p.26).

No que tange os eventos, a aproximação desta realidade da periferia com o centro acontece sob tensão. Getz (1997) enxerga que os eventos regionais, os quais possuem média demanda e são normalmente gerados por pessoas que vivem na região, também podem gerar conflito com o turismo na medida que os apelos comunitários e culturais são questionados, no que se refere à exploração turística.

Esta tensão, comentada por Getz no campo teórico, se reflete na prática em uma situação ocorrida durante a história do FFP, na qual o fluxo de indivíduos de áreas periféricas da cidade passou a frequentar a região da Praça Benedito Calixto (bairro de Pinheiros, região que concentra 7,3% de negros), com a motivação de empreender e visitar a Feira Preta, de acordo com o que relata Adriana Barbosa. Em

caráter proibitivo, a associação de moradores vetou a realização do evento por meio de um “abaixo-assinado”⁵⁰. Aqui aponto a discriminação direta, ou seja, “repúdio ostensivo a indivíduo ou grupos, motivado pela condição racial” (ALMEIDA, 2018, p.25).

Com o passar do tempo e a criação do Instituto Feira Preta o evento se consolidou, ampliando o número de visitantes, manifestações artísticas e afroempreendedores, ocupando diferentes localidades da cidade. Na edição do FFP, em 2018, foram realizadas as oficinas AFROLAB, responsáveis por estruturar este afroempreendedor para lidar com um ambiente de feira “comercial”, definindo tratativas para receber visitantes por exemplo, fugindo da tradicional informalidade presente no tratamento aos clientes que o comércio nas periferias propicia. Esta questão de padronização não alivia a discriminação que estes frequentadores enfrentaram no passado, mas ainda assim os insere em um padrão exigido por possíveis parceiros futuros.

Do ponto de vista do capital, a divisão da sociedade urbana em classes vale-se pelo domínio do poder e divisão entre grupos. Para Santos (2001, p.15), nestas transformações urbanas “a proximidade dos contatos aumenta a produtividade da rede, [produzindo] uma maior e rápida acumulação dos recursos”. Os grupos minoritários em termos sociais e econômicos, com pouca representação no poder, estão aos poucos reduzindo essa distância e de acordo com o verbete popular, normalmente utilizado por movimentos sociais que trabalham as causas de negros e periféricas, “vamos ocupando”.

Para contribuir com esta dinâmica e reduzir a distância, a população negra conta com os avanços tecnológicos, que atingem a sociedade em grande escala e tem contribuído para esta ação de “ocupar”. Para Lipovetsky (2004), outro fator importante abordado no conceito de hipermodernismo é o redesenho deste indivíduo pós-moderno que, dentre diversas características, também se centra em suas raízes na busca de acolhida e representatividade. É importante destacar que Lipovetsky, embora reconheça este movimento, não se aprofundou nas disparidades étnico raciais, sobretudo empresariais, do eixo sul.

⁵⁰ Jornal USP entrevista Gleicy Silva, pesquisadora que reconstitui a trajetória da Feira Preta em seu doutorado. Disponível em <<http://jornal.usp.br/ciencias/ciencias-humanas/resistencia-ao-racismo-fortalece-oinstituto-feira-preta-em-sp/>>

Esta busca pela preservação de memórias pode ser contemplada através de eventos que potencializam o discurso étnico-racial, minimizando a distância criada entre o reconhecimento de suas origens e a representatividade da população negra na construção e desenvolvimento da cidade de São Paulo.

Para o filósofo Zygmunt Bauman, em sua obra “Tempos Líquidos”, a sociedade contemporânea conta com fragilidades as quais estão expostas as relações humanas, a evolução e todas as mudanças que comprometem valores e ofuscam histórias; diante da realidade atual, a internet projeta uma proteção subjetiva, afastando o medo do abandono, motivando ainda mais a criação de redes de relacionamentos e proporcionando a exploração de temas por diversos atores, potencializando eventos que questionem comportamentos do indivíduo.

A revolução tecnológica, ainda que excludente, se consolidou e está disponível. Para Santos (2007, p.16):

A brutalidade das transformações ocorridas na totalidade mundo, no curso dos últimos trinta anos, impede-nos de pensar que o passado, embora próximo, seja ainda dominante. Trata-se de uma fase inteiramente nova da história da humanidade.

O estudioso relata em sua obra que nem mesmo Marx (1867), quando escreveu “*O Capital*”, pôde prever tal revolução. As facilidades trazidas pelas tecnologias nos transformam em dependentes delas na mesma proporção.

Santos & Meneses (2009) colocam em xeque a questão do conhecimento e relatam que assim fomos criados: de forma a não observarmos outros valores. Observa-se que a busca por acolhimento, o medo do abandono e a preservação de memória acontecem diante do cotidiano já inserido pelas epistemologias do norte e suas estruturas globais, no constante exercício de inserir mercadorias, produtos e experiências, entre outros fatores. Desde a sua constituição, o FFP revela exatamente esta condição, com perseverança quanto à própria inserção nos meios de produção.

Entretanto, a passos largos, a internet ocupou e ganhou favoritismo. Agora acessada pelo celular, a tecnologia acompanha o indivíduo em diferentes situações, mantendo-o entrelaçado à rede. Faz-se interessante observar também a perversidade da tecnologia, capaz de envolver até mesmo outras áreas do conhecimento, como a medicina, criando soluções de tratamentos para o uso excessivo de celulares.

O encanto pelo uso contínuo do celular está diretamente relacionado às redes. As inúmeras redes sociais e a “matriz de conexões” (BAUMAN, 2007) também fazem parte do hipermodernismo. Lipovetsky (2004, p.28) avalia as relações sociais em uma situação na qual “a degradação do mundo da tradição é vivida não mais sob o regime da emancipação, e sim sob o da tensão nervosa”. O medo paira sob este indivíduo diante da lógica da globalização, signo do excesso, que produz e oferece além da necessidade, disponibiliza inúmeras tecnologias, promove um dilúvio de fluxos numéricos (milhões de sites, bilhões de páginas, trilhões de caracteres), precariza os empregos e aumenta o desemprego, alcançando os mais altos níveis e perdurando por longos períodos.

Seguindo esta linha de pensamento, Bauman (2007) retrata as conexões como forma de ampliar horizontes, deixando de lado a possibilidade de uma relação madura. Estar conectado é estar ativo, porém em tempos líquidos e hipermodernos não existe mais a fidelidade, hoje em dia vence o mais ágil e quem está em todo lugar; são tempos de “cronoconsumo” (LIPOVETSKY, 2004).

O perfil do FFP no aplicativo *Instagram*, em 2020, somava 22,9 mil seguidores, de acordo com a **Figura 1 – Seguidores do Festival Feira Preta no Instagram**. Essa rede possibilita a entrada de seguidores a todo momento e, a partir de novas edições do evento e publicações constantes, tende a aumentar ainda mais este número pessoas:

Figura 1 – Seguidores do Festival Feira Preta no Instagram



Fonte: Conta oficial da Feira Preta no Instagram, 2020.

Neste ambiente ágil e conturbado das redes sociais os “afroempreendedores” vão se multiplicando. Este indivíduo que antes não tinha voz, passa a ter não apenas voz, mas também renda e exigir a sua inclusão em diferentes espaços, garantindo seu

direito como cidadão e fazendo uso de diversas redes de contato para o fortalecimento de sua militância, reprodução de ideias, inovação de negócios, entre outros objetivos; acabando por causar uma verdadeira revolução no mercado consumidor. Santos & Meneses (2009) abordam a “sociologia de emergência como uma energia de coisas novas”. Como uma forma de mobilizar-se, a atividade empreendedora caminha junto às causas sociais da população negra, transitando no mesmo espaço.

Um fato demonstrado na pesquisa aborda o universo de empreendedores com baixo investimento. Esses indivíduos não utilizam estratégias mirabolantes de marketing — como a definição de “paleta de cores” e uma dúzia de aprovações — para tirar ideias do papel. Diferentemente de lógica corporativa do *business to business* (B2B, empresa para empresa) para elaboração de peças de marketing com foco na captação de clientes, os afroempreendedores são práticos e utilizam de suas redes sociais, pessoais ou corporativas, como o *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *telegram*, *twitter*, *pinterest*, entre outras, para se conectar com seu público-alvo e vender seus produtos.

Os afroempreendedores apresentam produtos e serviços em suas redes sociais, estimulando o consumo dos produtos entre seus seguidores, amigos e parentes. Estes clientes também são atingidos por massivas comunicações de diferentes eventos, sejam estes realizados em espaços próprios, locados ou colaborativos⁵¹.

Em 30 de junho de 2018 participei de um evento de uma afroempreendedora ligada ao festival e pude presenciar que neste local ocorria o lançamento de seus produtos de vestuário/acessórios, contudo havia também promoções de marcas de outros pares e/ou parceiros, igualmente afroempreendedores, situação que não é presenciada no FFP, no qual as marcas ficam subordinadas à administração do festival.

⁵¹ O conceito de “Loja Colaborativa” surgiu na Europa, em Barcelona e Amsterdã, sendo trazido para o Brasil por brasileiros que resolveram apostar na ideia. Em menos de três anos as lojas coletivas começaram a se popularizar em todo o país. O motivo disso é que investir neste negócio traz a praticidade de um shopping, mas com um custo bem menor, além de se tornar um local prático, onde os clientes encontram tudo o que precisam em um único espaço. Disponível em <http://semqualiragem.tumblr.com/post/63002916289/conheça-4-lojas-colaborativas-em-são-paulo>

O SEBRAE atua como apoiador deste modelo de negócio e define “a loja colaborativa é um modelo de negócio fundamentado nos princípios da economia colaborativa, que, por sua vez, nada mais é que o **compartilhamento** e a **troca de serviços e objetos entre empresas**. A principal vantagem é a redução de custos fixos, bem como o acesso a um bem ou serviço que individualmente seria mais difícil ou inviável”. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/loja-colaborativa-o-que-e-como-funciona-vantagens-e-como-participar,3a5a33e06c9cf510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Faz-se necessário ressaltar que estes empreendedores, num movimento conjunto, são complacentes com os seus, desta forma contratam e divulgam eventos de pares, sejam eles cantores, bandas, grupos de dança e artistas em geral, potencializando suas redes de contato e promoção de seus produtos/marcas dentro e fora da rede de afroempreendedores.

Uma vez que a maioria destes empreendimentos têm investimento e capital limitado, em alguns casos o dinheiro acaba por circular no próprio núcleo familiar, pois esta é a equipe que ajuda na produção e concretização do evento. Nestes casos a renda do negócio passa a ser a fonte de sustento da família.

Uma das respostas que nos alerta para esta afirmação surge das entrevistas aplicadas no FFP, nas quais as perguntas atribuídas para estas respostas foram:

a) Com quem você trabalha?

“É uma cunhada que não é familiar, ela é esposa do irmão do meu marido. Assim limitado. E eu não misturo as coisas”.

b) E na sequência: Como se dá a relação trabalho e família?

“Você vê ali... (mostra o stand) estou eu, minha filha, meu sobrinho. Por quê? Porque eles estavam precisando. Minha filha mora aqui e eu precisava de alguém que ficasse no caixa. Falei... filha faz o caixa para a mãe? Meu sobrinho veio porque está desempregado tem mulher e tem um filho. Convidei... Vamos lá e você ganha este dinheiro”. (Entrevista realizada em 19/11/2018, no Festival Feira Preta, afroempreendedora, mulher negra, 68 anos).

Após a aplicação das entrevistas, análise sobre o tema feiras étnicas e tratamento dos dados coletados nas entrevistas realizadas com os afroempreendedores participantes do 17ª e 18ª edição do FFP, concluo que as redes de afroempreendedorismo se fortalecem com os iguais, pois estes passam pelas mesmas dificuldades financeiras.

Para Santos & Meneses (2009) este tipo de mobilização rompe com a razão única da ciência, “esta é a revelação do outro lado do pensamento abissal”, suas experiências de vida e seu engajamento estimulam o levante coletivo, como o caso do FFP, por exemplo.

A Revista Mercado em Foco (2018) revelou que o universo de empreendedores de baixa renda:

[...] contribui para criação das 54,9 mil vagas formais no país, geradas exclusivamente pelas empresas em abril [2018]. O número representa 90% do total de empregos abertos em carteira assinada. Em contrapartida as médias e grandes empresas criaram apenas 5 mil postos de trabalho” (Mercado em Foco, nr.47, ano 7, 2018, p.7-8).

Neste mesmo período os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) revelaram o número de desempregados no Brasil: 13,7 milhões de pessoas. Outra rede que se forma dentre os empreendedores é daqueles que não conseguiram inserção no mercado de trabalho, “recém-formados e profissionais estreantes também tem apostado na inovação e aberto suas empresas, em desabalada fuga do mercado de trabalho” (MERCADO EM FOCO, 2018, p.7-8).

Uma vez que o segmento do turismo de negócios e eventos tem suporte de toda a cadeia de serviços, seria um diferencial apoiar ações afirmativas de inclusão racial, tornando-se uma atividade econômica potencial para a discussão da inclusão da população negra.

A Revista Você S/A, de setembro 2018, trouxe uma reportagem especial intitulada “Negócios da Perifa”, esta destaca a situação deste mercado no Brasil e assim podemos ter ideia do tamanho desta rede, a qual tem como principais participantes os afroempreendedores:

Existem no país quase 18 milhões de empreendedores das classes C, D e E que movimentam mais de 18 bilhões de reais por ano. Conheça os criativos das quebradas e aprenda com eles a vencer as barreiras para inovar e crescer” (REVISTA VOCÊ S/A, 2018, p.19).

Outra característica do “hipermodernismo é o enfraquecimento do poder regulador” (LIPOVETSKY, 2004), momento ao qual a sociedade busca soluções para sair do abismo social. Estas brechas, alimentadas pela falta da presença do Estado, corroboram na organização independente da sociedade. Neste caso destaco o afroempreendedorismo, que nasce da necessidade de inserção nos meios de produção, ao qual a população negra foi severamente excluída.

Na **Figura 2 – Negócios da Perifa** a revista Você S/A dedica a matéria principal desta edição aos negócios criados na periferia, reforçando a importância de um olhar crítico para o crescimento deste tipo de negócio:

Figura 2 – Negócios da Perifa



Fonte: Revista Você S/A (Setembro/2018).

O FFP movimenta públicos de diferentes estados, tanto para consumir quanto para afroempreender, gerando circulação monetária nesta comunidade, proporcionando atrações internacionais, contemplando exponencialmente um leque de parceiros com marcas relevantes e posicionando-se como o maior evento de afroempreendedores da América Latina.

No entanto, a reportagem da Revista Você S/A (2018) mostra como diferentes modelos de comercialização, organizados por afroempreendedores por todo o país, têm se fortalecido coletivamente, trazendo impacto econômico e gerando circulação monetária para a população negra, periférica e pobre. Esta manifestação toma conta do país e opera com abertura de complexos comerciais fixos para atender a demanda crescente.

3.2 FESTIVAL FEIRA PRETA: CONSUMO DA ARTE

A Secretaria Municipal de Turismo (SMTur), responsável pelo turismo da cidade de São Paulo, atua com pouca atenção quanto aos dados das feiras étnicas. Embora semanalmente aconteçam diversas feiras étnicas⁵² na cidade, ao que se refere as ações afroempreendedoras não existe incentivo.

A cultura negra — denominada pós-moderna e restaurada pela diáspora — que se destaca nas sociedades atuais, adiciona experiências para o visitante do centro expandido, trazidas pelos empreendedores das margens da cidade. Esta, uma vez apreciada por diferentes públicos, promove uma sinergia inclusiva a qual o Estado não assume. Para Urry (1996, p.120), “a cultura pós-moderna afeta os espectadores através de seu impacto imediato, por meio daquilo que ela faz por alguém, através de regimes de prazer e não das propriedades formais do material estético”.

Nas 17^a (2018) e 18^a (2019) edições o FFP apresentou aos seus visitantes uma estrutura similar à de grandes festivais paulistanos, como a “Virada Cultural”, que acontece anualmente com apresentações artísticas e musicais. Com programação simultânea, o FFP teve atrações em diversos endereços da cidade, atendendo a demanda do feriado facultativo da consciência negra.

O jornal Mundo Negro, em parceria com o evento, detalhou os locais e atrações, dentre eles: Sesc 24 de Maio, Instituto Tomie Ohtake, Instituto Moreira Sales, Matilha Cultural, Praça das Artes, Largo São Bento, Praça do Patriarca, Avenida Paulista, Praça das Artes, Boulevard da Avenida São João e Theatro Municipal de São Paulo.

⁵² **Liberdade** - Feira de artesanato e gastronomia asiática, todos os sábados e domingos das 9h às 17h, localizada na Praça da Liberdade s/n, bairro da Liberdade; **República** - Feira de artesanato e gastronomia da cidade, todos os sábados e domingos das 9h às 17h, localizada na Praça da República s/n, bairro República; **Pinheiros** - Feira da Praça Benedito Calixto, na qual pode encontrar artes, antiguidade e roupas e roda de chorinho (das 14:30h às 18:30), todos sábados das 9h às 18h na Praça Benedito Calixto s/n, bairro de Pinheiros; **Canindé** - Feira Boliviana (KANTUTA), feira da comunidade boliviana em São Paulo com produtos e comidas Típicas da Bolívia, todos os domingos das 11h às 19h, Rua Pedro Vicente s/n, bairro do Canindé e Praça da Kantuta. (Revista Acontece em São Paulo. Feiras de Artesanato. Maio 2019. p. 42-43. SMTur).

Na publicação “As 10 feirinhas culturais mais legais de São Paulo”, do site Momondo.com.br do Grupo Booking Holdings, acrescenta-se ao universo das feiras étnicas: Feira Nórdica (Pinheiros), Feira Japonesa I “Festival Japão”, Feira Japonesa II “Festa da Cerejeira”, Festa Africana de Rua, onde imigrantes africanos vendem seus produtos, Feira Italiana I “Festa de São Vito”, Feira Italiana II “Festa de Nossa Senhora Achiropita”, Festa Italiana III “Festa de San Genaro”, Feira Árabe “Festival Sul-Americano de Cultura Árabe” e a Feira Chinesa. Disponível em <<https://www.momondo.com.br/discover/feiras-em-sp>>

Exceto a Feira Africana de Rua, todos os outros eventos contam com endereços fixos para sua realização, novamente o Estado deixa a população negra, neste caso refugiada de países Africanos, desassistida, assim como os brasileiros de condições similares.

O FFP — e todas as suas transformações para adequação e aceitação contemporânea — traduz também os conceitos de “rugosidades”⁵³ abordados por Milton Santos (1960), uma vez que hoje é possível vivenciar um evento cujo as conjunturas sociais foram moldando-se com o tempo, entretanto, com o propósito de não perder sua historicidade, carregam-se “feições moldadas num tempo anterior” (SILVA, 2012). Nesta pesquisa constatou-se que o afroempreendedorismo ainda segue o rumo das lutas históricas da população negra em busca de visibilidade e reconhecimento de sua contribuição cultural, social, econômica e política.

A população negra, mesmo com a condição histórica de pobreza e exclusão a qual é submetida, se reconstrói. Desta forma parte desta população encontra no afroempreendedorismo uma maneira de se manter economicamente ativa. Outros seguem suas carreiras, atuando em empresas privadas e/ou públicas, porém não deixam de vivenciar práticas discriminatórias, ainda que no auge de seus objetivos profissionais.

De forma individual ou coletiva e em uma sociedade racista, a população negra demonstra o desejo de se reestabelecer, criando oportunidades para a comercialização de seus produtos, tal criatividade os coloca como uma opção de consumo numa sociedade hipermoderna.

Além destas e outras participações que, durante o festival, contribuíram para o fortalecimento do discurso acerca do afroempreendedorismo, racismo e empoderamento feminino, entre outros temas, existem também as trocas de saberes, apoiando a construção do conhecimento dos indivíduos participantes. Lipovetsky (2007), na obra “Felicidade Paradoxal”, retrata que na sociedade do hiperconsumo existe uma “reorganização do conjunto de condutas, inclusivos que não dependem de trocas mercantis”; esta relação de consumo conseguiu infiltrar a família, a religião e também se deparou com uma “extrema diversificação da oferta, democratização do conforto e lazer, o acesso a novidades mercantis banalizou-se, as regulamentações de classes e novos comportamentos vieram a luz” (LIPOVETSKY, 2007, p.41).

A cultura, por meio do turismo de negócios e eventos, torna-se um instrumento para atingir finalidades capitalistas. Vejamos que a cultura e o comércio estão

⁵³ “Chamamos de rugosidade ao que fica do passado como forma, espaço construído, paisagens, o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição, com que as coisas se substituem e acumulam em todos os lugares. As rugosidades se apresentam como formas isoladas ou como arranjos.” (SANTOS, 2012, p.40).

indissoluvelmente interligados na pós-modernidade. Baudrillard afirma que “consumimos signos e representações” (URRY,1996).

Bauman (1998), em sua obra “O mal-estar da pós-modernidade”, coloca em discussão a ideia de que, em nossa época contemporânea, a liberdade não tem feito outra coisa melhor do que sobrepor camadas sociais:

A liberdade de escolha, eu lhes digo, é de longe, na sociedade pós-moderna, o mais essencial entre os fatores de estratificação. Quanto mais liberdade de escolha se tem, mais alta a posição alcançada na hierarquia social pós-moderna".

Urry (1996, p.123) observa que “o desenvolvimento do pós-modernismo deveria ser relacionado com uma análise dos poderes mutantes das diferentes classes sociais”. Baumann (1998) e Urry (1996) corroboram com o movimento pós-moderno, no qual existe a sensação de liberdade exercida por diferentes classes sociais, entretanto esta liberdade é moderada e controlada pelo poder do Estado perante a sociedade.

O FFP é um evento cultural étnico contemporâneo que por meio da chancela da Prefeitura da Cidade de São Paulo, através da SMTur exercendo o poder de Estado, concede o alvará para uso do espaço público, contribui na definição do espaço em que será realizado o evento e fornece equipamentos e serviços básicos (policiamento/segurança, ambulâncias, banheiros químicos, recolhimento de resíduos, limpeza urbana, etc.). Uma vez fornecidos estes serviços básicos pela Prefeitura para a realização do evento na região central, uma localidade completamente monitorada por câmeras de segurança, o FFP tem a sua liberdade assistida e controlada pelo Estado.

O FFP apresenta diversidade cultural, demonstrada através de diferentes tipos de manifestações empreendedoras, artísticas e educacionais. Em sua obra, Pires (2009) caracteriza essa busca como uma fonte de “resgate e promoção de sua singularidade, identidades culturais, remontando por vez, seu laço histórico”.

O jornal Mundo Negro, em entrevista com a organizadora do festival, revela que mesmo sendo uma referência para o afroempreendedorismo, a feira foge à dialética sucesso *versus* dinheiro. Na época em que o projeto era apenas Feira Preta, em 2016 antes de tornar-se Festival Feira Preta, o evento lhe rendeu prejuízo devido a um patrocinador que desistiu da parceria de última hora. Nesta entrevista, cedida

em 25 de novembro de 2018, a idealizadora da feira, Adriana Barbosa, informou que este resultado de 2016 perdura até os dias atuais.

Os diferentes acessos aos meios de consumo da arte reforçam a reprodução de classe, corroborando para um conflito de classes sociais mais amplo, deixando nítido as forças sociais e sua dominação sobre a sociedade. No entanto, tais classes são mais fortes no capital cultural do que no capital econômico, contrapondo o gosto da burguesia tradicional e da classe de intelectuais. Assim, o universo cultural tem sua própria lógica, câmbio e taxa de conversibilidade ao capital econômico. Para Bourdieu (1964), “o capital cultural não é apenas uma questão de conhecimento teórico abstrato”.

Com recorde de público e mais de 100 aparições em veículos de comunicação — incluindo a rede comunicação de maior impacto no Brasil, a Rede Globo, a qual deu destaque para o evento no Jornal Nacional — a 17ª edição do FFP recebeu mais de 50 mil pessoas, necessitando de uma infraestrutura maior do que a que foi disponibilizada e também de um engajamento de patrocinadores que deve ir além dos parceiros presentes neste evento.

Os meios de comunicação de massa influenciam na tomada de decisão, tendo impacto direto na rotina do indivíduo, na qual as informações são superficiais e não essenciais. Para Bourdieu (1964), “as identidades coletivas das diferentes classes sociais (e outras forças sociais) são estruturadas através da ‘grade’, o sistema básico de classificação, e do ‘grupo’, fronteiras que distinguem aquilo que é interno daquilo que é externo”. A caracterização da mídia, sobretudo a televisão e seu impacto negativo, traz a perda do sentido histórico (gerado pela incapacidade de atenção do espectador) e, desta forma, nossa história vai se perdendo.

O consumo de arte para a população negra não se apresenta com facilidade. Em primeiro lugar pela marginalização a qual esta foi submetida, pesando o fato de morar longe dos centros, com as piores remunerações, refletindo na mobilidade urbana. Além disto há também o racismo, que faz com que seu sentimento de pertença à diferentes artes seja limitado, pois sem o acesso a estas artes ao longo de sua vida, se torna muito difícil sentir-se inserido, sentir-se parte.

Outra característica marcante da FFP é seu apelo emocional, realizado no mês da Consciência Negra, o consumo direcionado a artigos que exaltam a população negra reforçam a identidade e circulação monetária. Lipovetsky (2007, p.44-45) traz

uma contribuição para esta característica do FFP, o autor revela que “numa época em que as tradições, a religião, as políticas são menos produtoras de identidade central, o consumo encarrega-se cada vez melhor de uma função identitária”.

Para Lipovetsky, trata-se do “*homo consumericus*”, ou seja, uma tentativa de resposta à questão de quem eu sou, por isso a importância do consumo emocional, experiências afetivas, imaginárias e sensoriais. Lipovetsky discute sobre a existência de marcas que se beneficiam e ganham notoriedade por falar “de tudo menos do seu produto”, como no caso da italiana Benetton⁵⁴.

No entanto, a organização dos afroempreendedores, contextualizada no capítulo anterior por parte dos autores Lipovetsky (2004) e Bauman (2007), leva a uma investigação com foco na lógica de produção para um mercado não negro, pois apesar da população negra viver num mundo de abundância de produtos e relações comerciais, o afroempreendedor ainda se encontra em construção de um processo corporativo, uma vez que suas conexões ainda se baseiam em pares que se apoiam, e fadado ao enfraquecimento das relações humanas junto o absentismo do Estado.

3.3 AFROEMPREENDEDORES: O NOSSO DINHEIRO NÃO TEM A COR QUE VOCÊ QUER

Como mencionado no primeiro capítulo, o Festival Feira Preta, através da incubadora de negócios Instituto Feira Preta, tornou-se o maior evento de cultura negra da América Latina, junto de sua rede afroempreendedores que atuam em diferentes áreas. O evento destaca-se também pela presença marcante das mulheres afroempreendedoras, dentre os entrevistados na 17ª edição do evento haviam 14 mulheres e 3 homens. Ao longo dos anos o evento conquistou prestígio, tornando-se uma referência para população negra da cidade de São Paulo, proporcionando fortalecimento identitário e suas múltiplas matizes artísticas culturais.

Na **Figura 3 – Adriana Barbosa entre os 51 negros mais influentes do mundo**, a idealizadora e responsável pelo FFP estampa a capa da revista Pequenas

⁵⁴ A marca italiana Benetton, criada por 4 irmãos, conquistou o mundo com produtos têxtil investiu nas cores de suas roupas e em suas campanhas repletas de crítica social. Na década 1982, o fotógrafo Olavo Toscani transformou a imagem da Benetton que além das roupas coloridas trouxe o apelo de tolerância e paz entre os povos, dando origem a mensagem “United Colors of Benetton” (Cores Unidas da Benetton). Disponível em <https://blogdaview.com/2017/11/05/mondo-marca-united-colors-of-benetton/>

Empresas & Grandes Negócios, cedendo uma entrevista acerca do empreendedorismo negro:

Figura 3 – Adriana Barbosa entre os 51 negros mais influentes do mundo



Fonte: Revista Pequenas Empresa & Grandes Negócios (Outubro/2017).

Segundo a revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, a importância da FFP está em uma crescente, atingindo o patamar de reconhecimento internacional de sua idealizadora, Adriana Barbosa. Adriana foi convidada para MIPAD 2017 (*Most Influential People of African Descent*) e este reconhecimento está atrelado aos números que o evento alcança anualmente, como informado anteriormente.

A visibilidade do evento vai de encontro com as mudanças na mercantilização, momento em que o *homo consumericus* vive a fase de desculpabilização do consumo, que caminha junto aos critérios utilizados na aprovação de crédito, na qual não é necessário economizar para se ter dinheiro. Para Lipovetysky (2007, p.130), não existem mais “normas e mentalidade opondo-se frontalmente ao desencadeamento das necessidades monetizadas”, oportunidade que o afroempreendedor redescobre a partir da venda de produtos que apresentam a identidade da população negra.

A 16ª edição do Festival Feira Preta, em 2017, contou com número recorde de visitantes e apresentações em diversos pontos do CHT, expandindo inclusive suas

apresentações com menor número também para o CBD. Esta participação da população negra no CBD pode ser identificada no hipermodernismo: quando o indivíduo, perante a diferença social, utiliza-se de meios para se auto realizar, numa lógica de pertencimento, desta forma, “mesmos excluídos do universo do trabalho, a população dos centros de cidade e dos subúrbios desqualificados partilha os valores individualistas e consumistas das classes médias, a preocupação com a personalidade individual e da auto-realização” (LIPOVETSKY, 2007, p.191-192).

Em 2018, na 17ª edição, os números continuaram a surpreender, conforme o jornal Mundo Negro pontua:

[...] com mais de 52 mil pessoas presentes, a participação de mais de 120 empreendedores de diversos estados (como Bahia, Pernambuco, Maranhão, Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Distrito Federal) e uma circulação monetária de mais de R\$ 700 mil reais (MUNDO NEGRO, 2018).

O evento desconstrói em números a subjugada potencialidade da população negra e observa-se que nem todos segmentos da área de serviços chegam a estes indicadores em apenas três dias.

Na edição de 2018, no que se refere aos afroempreendedores, constatou-se por meio de visita que houve a oficina do Instituto Feira Preta, a AFROLAB, uma imersão que contribuiu no desenvolvimento de produtos, oportunizando a venda destes produtos tanto no FFP quanto no *marketplace* do Mercado Livre.

Um dos dados analisados nas entrevistas foi a importância que o FFP constitui para o afroempreendedorismo. Diante da amostra de 17 respondentes, o total afirma que o evento contribui significativamente para o desenvolvimento do afroempreendedorismo e que ações como as realizadas pela AFROLAB reforçam a identidade cultural como “capital simbólico” (BOURDIEU,1989), motivando este empreendedor através de sugestões comerciais e orientando-o sobre a dinâmica e tipo de consumo presentes no ambiente do festival, caracterizados pelo *homo consumericus* (LIPOVETSKY, 2007).

Adriana Barbosa, por meio de entrevistas e palestras, sempre retoma a questão financeira como uma barreira a ser quebrada, por se tratar de um tema que afeta a maioria dos afroempreendedores. Ao jornal Mundo Negro, Adriana traz reflexões sobre o negro e a negociação para sua inserção nos meios de produção,

revelando que a feira já lhe rendeu prejuízo. Sua experiência e resiliência “saltam aos olhos” e foram fundamentais para a continuidade do projeto:

[...] a fundadora revela que o evento tem um orçamento superior a R\$ 600 mil” na distribuição de custos “a Secretaria viabiliza a metade, na contratação de infraestrutura (palcos, geradores, banheiros, postos médicos, limpeza, equipe de segurança entre outros), assim como obtenção da legalização e autorização do evento junto aos órgãos públicos” (MUNDO NEGRO, 2018).

É possível inferir que mesmo com demandas para o evento FFP, existe ainda uma nítida dificuldade de mobilidade social por parte da população negra, uma vez que a locação de um espaço particular capaz de abrigar o porte do evento acarretaria altíssimos custos, onerando expositores e tornando inviável a gratuidade do evento para visitantes, fazendo valer a cobrança de ingressos que possivelmente refletiria em uma baixa adesão, em razão dos dados demográficos da população negra demonstrados ao longo deste trabalho.

Na tese de doutorado *“Empreendimentos sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo”* de Gleyce Silva (2016), a pesquisadora estudou a Feira Preta e alguns dos empreendedores até ano de 2015 e a definiu como:

Um espaço singular de inclusão, subjetivação e reivindicação, que aciona públicos variados no fortalecimento de um mercado de empreendedores negros, combinando diferentes lógicas de engajamento e produção cultural por meio de uma economia de trocas simbólicas que propõem o consumo como meio de construir relações com a sociedade e engajamento social (SILVA, 2016, p.63).

Silva (2016) articula a criação do modelo de Feira Preta em diferentes estados e a preocupação da idealizadora em não descaracterizar a Feira Preta, pois aquilo que difere o evento dos outros é o fato de que “não é um projeto de enriquecimento pessoal, mas antes de tudo um projeto social voltado ao coletivo” (SILVA 2016, p.197). Descaracterizar implica também na dificuldade de realização de novas edições. No período entre 2011 e 2015, Silva (2016) revelou que a idealizadora começa a repensar o projeto considerando uma abordagem de “governança compartilhada”⁵⁵.

⁵⁵ Redes com menores níveis de eficácia mantêm um modo de Governança Compartilhada, em que as decisões são pouco centralizadas, com baixo nível de formalização de processos e limitada especialização. Artigo - *Governança e Eficácia de Redes Interorganizacionais Comparação entre Iniciativas Brasileiras de Redes de*

Com base nos resultados da tese de Silva (2016), foi possível compreender a trajetória e as dificuldades dos afroempreendedores entrevistados no FFP 2018 e verificar, conforme os dados levantados, que pouco mudou. Considerando que o FFP deu início há 18 anos, os afroempreendedores não obtiveram investimentos massivos em seus produtos e a busca de clientes e investidores a cada edição do evento não deixa de ser uma oportunidade incerta para este profissional, comprovando que o efeito do evento é momentâneo.

Os resultados das pesquisas de Silva (2016) destacam também diferentes ocorrências vividas por Adriana Barbosa durante anos de curadoria do evento. A construção do FFP ocorreu em meio a uma sequência de acontecimentos: dificuldade financeira, definição de local para realização do evento, conexão com afroempreendedores de diferentes regiões de São Paulo, entre outras. Todos estes percalços contribuíram para maturidade do festival.

A resiliência diante de tantos obstáculos levou a idealizadora ao amadurecimento da ideia e à criação de uma rede de apoio para grupos de afroempreendedores, razão pela qual ela transformou suas experiências como idealizadora da Feira em consultoria, atividade que desempenha atualmente no Instituto Feira Preta. Apropriada deste conhecimento, é possível perceber diferentes “Adrianas” espalhadas pelo festival. Para melhor esclarecimento segue abaixo um breve histórico do surgimento da Feira Preta:

O **Quadro 1 – Surgimento da Feira Preta** expõe como a dificuldade está presente na vida desta fatia de empreendedores, que sobrevivem à escassez a qual são sujeitados e se reinventam rapidamente para alcançar seus objetivos. É possível identificar que a busca dos frequentadores de baladas de “*black music*” foi um dos principais nichos identificados como “consumidores signos” (BAUDRILLARD, 1985; LIPOVETSKY, 2007), atrelado ao desejo de integração de grupos e pares, diante de uma visão hiperconsumista. Este tipo de consumo traz independência e valorização do gosto pessoal, atingindo o consumidor e apropriando-se deste código e/ou signo.

Quadro 1 – Surgimento da Feira Preta

<p>→</p> <p>1º EMPREENDIMENTO de Adriana Barbosa, junto à 4 amigos montou a Santa Clara - Serviços de estética e imagem. Adriana, já tinha experiência em meios de comunicação e audiovisual. O experimento como empreendedores não durou muito.</p>	<p>2º EMPREENDIMENTO, Brechó da Troca - Venda de roupas. Sua sócia e amiga, Deise, cuidava dos quitutes. Por falta de educação financeira Adriana gasta todo o salário em roupas. Dificuldade Financeira... Este empreendimento surge no momento de dificuldade financeira. O Brechó da Troca sofre um arrastão e vários produtos são roubados. Adriana e Deise questionam: "O que vamos fazer agora?"</p>	<p>RESILIÊNCIA... "busca de conhecimento"</p> <p>Decidem ir ao SEBRAE para reiniciar seu empreendimento.</p> <p>RESILIÊNCIA... 3º EMPREENDIMENTO Decidem que vão fazer a Feira Preta na Vila Madalena, local onde ocorriam as Baladas Blacks, sendo o negro potencial consumidor da cultura negra. Panfletam nas baladas da região. Agora apropriadas do conhecimento sobre uso de espaço público, entregam o requerimento que é NEGADO.</p>	<p>RESILIÊNCIA... 3º EMPREENDIMENTO Persistentes, levam o projeto para outro local: a Praça Benedito Calixto, que em 2002 já abrigava feiras culturais. Visto o sucesso de 2002, resolvem partir para 2º edição. Dificuldade Financeira... Em 2003, Deise retorna a busca por emprego e Adriana segue sozinha com o projeto. Adriana revela que o evento NÃO ACONTECE devido ao ABAIXO-ASSINADO feito pelos moradores da região, que alegavam que a cultura apresentada na feira não contemplava os moradores da região.⁵⁶</p>
<p>→</p> <p>Para atender à crescente demanda, Adriana opta por utilizar espaços particulares. Neste novo modelo depara-se novamente com o racismo. Patrocinadores se NEGAM a utilizar a palavra "Preta", dizem que não querem se envolver em política.</p>	<p>RESILIÊNCIA... "busca de conhecimento"</p> <p>Em 2009, Adriana volta para a academia para uma reciclagem. Faz no CELACC/ECA-USP a especialização em Gestão de Projetos Culturais e identifica-se com a economia-criativa: "controle da produção cultural nas mãos dos negros"</p>	<p>Reconhecimento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prêmio, Brasil Criativo, Ministério da Cultura; ✓ Membro do empreendedorismo afro-brasileiro no Conselho Programa Brasil Empreendedor (SEBRAE); e Conselho Afro-Brasileiro do Consulado dos Estados Unidos; ✓ Troféu Zumbi dos Palmares ALESP- Assembleia Legislativa de São Paulo); ✓ Pílulas de Cultura participa do edital "Festivais de Artes" (Proac – Programa de Ação Cultural); ✓ Fica entre as 10 finalistas do Prêmio Generosidade (Editora Globo), entre outros. 	
<p>→</p> <p>2015, 10 mil visitantes (Silva 2016), último trabalho acadêmico sobre o tema Feira Preta.</p>	<p>15 ANOS DE FEIRA PRETA 2016, ano que teve a desistência de um importante parceiro às vésperas do evento, resultado financeiro fechado com prejuízo. RESILIÊNCIA... Dificuldade financeira...</p>	<p>2017, 25 mil visitantes, 7 milhões de reais (Revista Você S/A; Locomotiva) MIPAD (<i>Most Influential People of African Descent</i>), escolhida como mulher negra influente e transformadora.</p>	<p>2018, mais de 52 mil visitantes (Jornal Mundo Negro; Estado de São Paulo 2018) 2019, chegou 18ª edição e movimentou cerca de 5 milhões de reais.</p>

Fonte: Acervo da pesquisadora, formulado através de cruzamento de dados de revistas; jornais; palestra TEDxSão Paulo e tese de doutorado de Silva (2016).

⁵⁶ Durante a pesquisa visitei a Associação de Amigos da Praça Benedito Calixto - AAPBC, e no contato com a Presidente da AAPBC Sra. Maria Emília, a mesma confirmou que última feira étnica que ocorreu no local foi a Feira Preta, porém não existe qualquer documento referente ao evento na AAPBC. Ao ser questionada sobre a diversidade entre os empreendedores no local, ela afirma que feira segue o Decreto Municipal 43.798/03 (ANEXO D — Decreto ao qual a Feira da Praça Benedito Calixto está subordinada), que prevê inscrições do público em geral anualmente em março. Os empreendedores aprovados passam por uma banca, a qual avalia itens como: autenticidade, originalidade, criatividade, conhecimentos básicos sobre o produto a ser exposto entre outros itens. No caso do artesanato, avalia-se "se de fato trabalho transmite algum significado cultural".

A frase que acompanha o título da seção — “o nosso dinheiro não tem a cor que você quer” — faz parte de um diálogo extraído das entrevistas. A afroempreendedora de 68 anos sente-se depreciada ao utilizar o dinheiro que ganha por meio de seu negócio. Este fato me faz avaliar que todo o prestígio adquirido diante da luta para consolidar o evento não mudará as tratativas comerciais, pois o mercado tem seu “padrão de atendimento” preestabelecido. Desta forma, a identidade negra sempre será questionada, influenciando no desenvolvimento do afroempreendedorismo e na difusão da cultura negra.

Almeida (2018), na obra “O que é racismo estrutural?”, pesquisou o processo histórico da população negra brasileira, enfatizando “as expressões do racismo cotidiano”. O autor evidencia a Teoria Social⁵⁷, alimentando que o racismo é sempre estrutural, pois sua prática está incorporada “na organização econômica e política da sociedade”, deixando a população negra desassistida de todos os lados.

Nas entrevistas realizadas durante a 17ª edição do FFP, em 2018, foram identificados alguns dos obstáculos que os empreendedores negros ainda enfrentam para gerir seu negócio. Diante da amostra de 17 afroempreendedores, foi possível observar que o racismo é latente nas relações comerciais.

A afroempreendedora de 46 anos herdou da mãe de criação uma empresa de contabilidade. Hoje a empresa está sob seu cuidado, porém, ela e os filhos apoiam a empreitada do marido. Como uma das exceções no afroempreendedorismo ela relata:

“Empreender foi uma opção. Sim. O meu marido era restaurador de obra de arte. Acontece que o sistema foi deixando-o cada vez mais frustrado, porque é um nicho muito fechado. Elitista.”

Momento da entrevista em que entrevistada diz que o marido muda a sua área de atuação e volta a estudar, reiniciando sua carreira no ramo da informática, mas, por fim, decide empreender:

“O meu marido falava para o gerente, para o gerente falar para o cliente. Então...ele achou aquilo uma humilhação.”

⁵⁷ A teoria social examina: como os seres humanos se relacionam entre si e com a sociedade em que se encontram, como isso mudou ao longo do tempo e em diferentes culturas. ELLIOT, Anthony (2009). *Contemporary social theory: an introduction*. London: Routledge

Ainda indignada com a situação vivenciada pela família, ela diz:

“O negro não sabe informática, o negro não sabe rede, entendeu, não sabe... então aquilo deixou ele muito arrasado, ele ficou em depressão, e aí foi quando começou a nossa empresa de assessórios e vestuários.”

Quando pergunto sobre agências de fomento e investimento, ela responde:

“Não, nos nunca usamos nenhum financiamento. Porque é muito difícil, eles não dão isso para negros. Você chega no banco, eles não abrem créditos para negros. Você... nem se você tem conta, se você pedir um empréstimo, você não tem, né. Então, a gente, a gente realmente coloca o nosso na empresa, então eu minha filha, meu filho a gente coloca para poder dar impulso, dar vida para empresa. Então é isso que nós fazemos, porque banco, nenhum... a gente não conhece, negros não tem isso, um lugar que a gente possa ir e vamos pegar um empréstimo, que os juros sejam justos, porque você vai pedir um empréstimo no banco e os juros são absurdos. Então você em vez de aliviar você acaba se endividando.” (Entrevista realizada em 19/11/2018, em Festival Feira Preta, com afroempreendedora, mulher negra, 46 anos).

Por meio do Instituto Feira Preta, o FFP oportuniza a demonstração do trabalho deste afroempreendedor, criando novos estímulos para este profissional, desvalorizado diante de expressões do racismo estrutural identificados na entrevista. Presenciei no FFP empreendedores que trabalhavam com o resgate de valores culturais, na busca de representação e anseios comerciais para seu afronegócio, momento no qual pares também buscam a sinergia para ressignificação, reconhecimento e conscientização do grupo quanto ao racismo estrutural.

O FFP chega a sua 18ª edição, construído por afroempreendedores que resistem a este racismo estrutural, provocando sensibilidade na sociedade a respeito da manutenção da cultura negra através da variedade de produtos. Alcançar um espaço no CHT é um avanço necessário, porém o evento ainda pode crescer com o papel convidativo de motivar pessoas que desconheçam o evento a frequentá-lo, quebrando amarras do racismo que existem em nossa sociedade.

Para os afroempreendedores o evento deve se aprimorar, porém manter condições mais ajustadas aos indivíduos que buscam o empreendedorismo, de maneira que não tenham que lutar com essa distância abissal que existe em relação a outros grupos sociais. Para Bauman (2007), “meios testados com exaustão no

passado, precisam ser constantemente inspecionados”, principalmente em tempos líquidos, pois não há uma fidelidade e, portanto, aspectos como qualidade e bem-estar passam a ser prioridades.

Diante de condições vulneráveis, os dados da pesquisa demonstram que a maioria dos afroempreendedores ainda não tiveram acesso à crédito e/ou investimentos; um único empreendedor fez uso de empréstimo.

Uma vez que existe uma imensidão de empreendedores de baixa renda, como relatado na seção 3.1, as entrevistas demonstram que o afroempreendedor não possui familiarização com dados financeiros, devido à falta de acesso a este tipo de educação. Esta falta de acesso é intrínseca ao racismo estrutural, instaurado nas instituições financeiras, fazendo com que os afroempreendedores não se sintam à vontade neste ambiente e desta forma não se aprofundem neste tipo de conhecimento.

Nesse sentido, a visibilidade da rede afroempreendedora contempla o fluxo de pessoas e mercadorias, engajadas para atender o consumo identitário e cultural, atividade comercial que valida teorias como hiperconsumismo, modernidade e racismo estrutural.

Apesar de complexa, a aproximação do afroempreendedorismo com o centro econômico da cidade de São Paulo amplia sua rede e conecta seus visitantes à arte marginal/periférica, promovendo o resgate da diáspora e possibilitando diferentes modelos de negócios, responsáveis por criar uma ponte para a discussão do racismo estrutural em nossa sociedade, a qual inibe o acesso desta parcela da população ao consumo.

O debate promovido acerca do valor do trabalho do outro revela que o dinheiro não tem cor, não se sabe quanto se empenhou para que aquele serviço e/ou produto estivesse à venda. Vale-se pensar que é o indivíduo negro que historicamente luta para se manter economicamente ativo diante da evidente exclusão dos meios tradicionais de produção.

4 ENFRENTAMENTO DO RACISMO ESTRUTURAL

4.1 RACISMO ESTRUTURAL: INSERÇÃO DO AFROEMPREENDEDORISMO NOS MEIOS DE PRODUÇÃO

Uma das saídas para o histórico de negação e invisibilização da população negra foi se reinventar, uma vez que houve uma nítida exclusão desta dos meios de produção tradicionais e lentidão na criação de políticas públicas de ação afirmativa. Para Souza (2009), “a “ilusão” que legitima a dominação social em todas as sociedades ocidentais ou ocidentalizadas é precisamente a ilusão da ausência de dominação social injusta... As sociedades modernas não “dizem” que tratam todos indivíduos de acordo com seu mérito. Essa é a definição de “justiça social” especificamente “moderna”.

Esta “justiça social” criou situações como o afunilamento hierárquico⁵⁸, as travas sociais⁵⁹ e a falta de apoio financeiro e empresarial, considerando o negro como um problema para sociedade. E, apesar desta população atravessar séculos de luta por reconhecimento, ainda hoje renova suas forças através da própria comunidade negra para manter-se no mundo dos negócios. Monteiro (2001, p.53) discorre sobre a situação do negro, relatando que “o que mais desestimula o negro como pessoa e como parte da comunidade negra, a investir no desenvolvimento do próprio negócio, parece estar muito além do desejo de acomodar-se em um emprego e um bom salário garantindo no fim do mês. Até porque empregos e salários dignos têm sido quase sempre muito difícil para ele”.

Levando-se em conta a falta de oportunidades no mercado de trabalho, recentemente a população negra — num movimento diaspórico, reconhecendo suas raízes e as fortalecendo para lidar com os desafios da contemporaneidade — ainda que desamparada pelo Estado, abraça o afronegócio para se posicionar economicamente. Ações empreendedoras desenvolvidas estimulam a circulação

⁵⁸ Desde 2000 o Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social tem trabalhado a temática da gestão da diversidade (JAIME, 2017, p.322-323). O Instituto ETHOS identifica como “afunilamento hierárquico” quando negros estão em maior quantidade em cargos de menor responsabilidade, porém em cargos de liderança a porcentagem reduz drasticamente. Um ponto a observar é que existe um número expressivo de *trainees* que tendem, em seu plano de carreira, serem preparados para alcançar diferentes níveis de liderança.

⁵⁹ O antropólogo Jaime (2017), na obra *“Executivo Negro: racismo e diversidade no mundo empresarial”*, identifica a existência de uma certa isenção das empresas quanto à promoção da diversidade. Baseado em sua tese, chama atenção em seu texto o termo “trava-social”, como um significado da obstrução sob a discussão e inserção de programas efetivos para promover a diversidade e inclusão no mundo empresarial.

monetária dentro desta comunidade que ainda busca um maior domínio financeiro para se fortalecer.

Lipovetsky (2007), na obra *“Felicidade Paradoxal”*, retoma que uma das características do consumo de massa, princípio do conceito de hipermodernidade, é que “raros são os fenômenos que conseguiram modificar tão profundamente os modos de vida e gostos, as aspirações e os comportamentos da maioria em um intervalo de tempo tão curto”. O afroempreendedorismo traz diferentes oportunidades de experiências, além de um chamamento dos pares e admiradores da arte e cultura negra, concebendo uma onda de visibilidade, protagonismo, negócios e circulação monetária da população negra.

Para Monteiro (2011, p.43), “são múltiplas variáveis que podem favorecer ou dificultar pessoas e/ou grupos a se decidirem sobre a constituição de empresas ou negócios independentemente do porte, do ramo de atividade econômica, assim como da raça ou etnia”. Para os afroempreendedores — os quais em sua maioria deixou de presenciar seus pais finalizarem suas carreiras assumindo cargos de liderança, tampouco serem empreendedores e/ou empresários e sequer terem salários e estímulos para empreender — a situação parece muitas vezes inédita na família, gerando grande apreensão quanto ao real sucesso da empreitada.

Souza (2009 p.384) questiona: “Quem pode saber melhor sobre a vida de alguém do que a própria pessoa?”, uma indagação que persiste na alienação de si mesmo. Na sequência o autor traduz “os filhos orgulhosos da cultura ocidental que se imaginaram no ápice do desenvolvimento humano são percebidos por Weber como ‘especialistas sem espírito’, que conhecem tudo do mundinho técnico e especializado do trabalho de cada um e nada do mundo lá fora, e ‘homens do prazer sem coração’” (SOUZA, p.392).

Ao reagir à exclusão, investindo no afroempreendedorismo, a população negra comprova que o mercado de trabalho, o qual severamente a excluiu, tem muito a aprender com seus inventos e histórico de superação. Pois sua crise financeira é a mais longa dos últimos tempos e, ainda assim, sua experiência de vida os tem levado para diferentes caminhos da economia.

Em 2019, a participação da mulher negra brasileira contribuiu em cerca de 16% do PIB, movimentando R\$ 704 bi por ano (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019)⁶⁰ e contrapondo a desvalorização que cerceia essa população. Quando marcas que são símbolos de consumo descartam o conhecimento, a criatividade e até mesmo o uso da beleza negra em seus anúncios, as mesmas não empregam estes profissionais, deixando evidente a via de mão única.

Quantos afroempreendedores, com perfis jovens e modernos, carregam o currículo familiar de pouco estudo, trabalhos domésticos, baixa estima e poucas oportunidades, entre outros estigmas dessa parcela da população? Faz-se importante, portanto, conhecer o histórico da população negra e suas lutas para se (re)criar através dos afronegócios. Um dos incentivos é proporcionar aos jovens afroempreendedores uma melhor preparação técnica, facilitando “a circulação deste dinheiro dentro da nossa comunidade e nos empoderar economicamente” (GELEDÉS, 2016).

No afroempreendedorismo, o valor monetário é um meio, porém alí deve-se valorar também o afeto, o reconhecimento, a visibilidade e o resgate cultural, o qual muitas vezes não está impresso em sua marca, mas em sua história de vida.

O movimento estadunidense Black Money⁶¹ “é um fomentador para o desenvolvimento do ecossistema do empreendedorismo negro” (MUNDO MARKETING, 2018). O movimento cresceu nas últimas décadas como “instituições financeiras pensadas para negros e presididas por negros”, tendo como expoente atual o One United Bank⁶².

Na **Figura 4 - Revista Panrotas**, a revista traz a edição especial Consciência Negra de Novembro 2018, apresentando o tema *Black Money* (BM), discorrendo sobre a circulação de dinheiro entre negros no Brasil. Momento importante, em que uma das revistas mais tradicionais do mercado do turismo traz para debate um assunto atual e

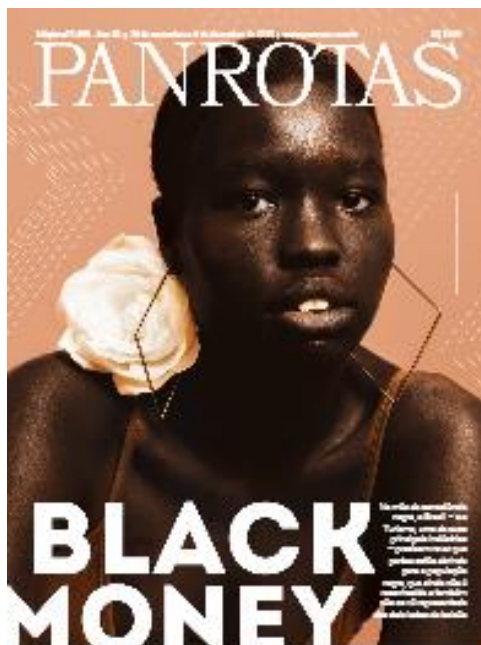
⁶⁰ Negras movimentam R\$ 704 bi por ano, mas são escanteadas pela publicidade. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/10/negras-movimentam-r-704-bi-por-ano-mas-sao-escanteadas-pela-publicidade.shtml>

⁶¹ A expressão *Black Money* nasce para identificar o dinheiro ilegal. No entanto, a comunidade negra americana ressignifica a expressão quando passa a incentivar o consumo de produtos e serviços, fazendo circulação monetária nas comunidades negras, ação que ganha força com a inclusão de pessoas com consciência social, econômica e financeira. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/183557/mulheres-negras-inovacao-tecnologia-e-empreendedorismo-se-destacam-em-luta-contra-desigualdades>

⁶² One Bank, banco que está para os Estados Unidos num viés de resposta, “a grande produção de renda por parte dos negros como uma forma de protestar as discrepâncias sociais desta população sendo apenas 14%”. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/dia-da-consciencia-negra-movimento-black-money-ja-e-realidade-no-mercado-brasileiro>

necessário, enfatizando o fato de que “todos merecem o mesmo tratamento, respeito e atenção por parte daqueles que querem seu dinheiro” (PANROTAS, 2018):

Figura 4 - Revista Panrotas - Edição Especial Consciência Negra - Black Money



Fonte: Site Panrotas - Ed.1348-Ano26 (28Nov-04Dez/2018).

Baradaran (2017) apresentou o tema na obra *“The Color of Money Black Banks and the Racial Wealth Gap”* (A cor do dinheiro: bancos negros e a lacuna de riqueza racial). A autora é uma referência em bibliografias de desigualdade econômica, uma de suas afirmações baseia-se em “quando a Proclamação da Emancipação foi assinada em 1893, a comunidade negra detinha menos de 1% da riqueza total dos Estados Unidos. A cor do dinheiro persegue a persistência dessa lacuna de riqueza racial, concentrando-se nos geradores de riqueza na comunidade negra: os bancos negros”.

Baradaran (2017) desafia o mito de que as comunidades negras poderiam acumular riqueza em uma economia segregada. A pesquisadora trabalha com questões chamadas por ela de “armadilhas”, uma vez que “a segregação habitacional, o racismo e as políticas de crédito de Jim Crow⁶³, criaram uma armadilha econômica inescapável, mas difícil de detectar, para as comunidades negras e seus bancos”:

⁶³ Jim Crow, termo de origem da década de 1820, quando o comediante branco Thomas Rice criou a personagem “Jim Crow”. O personagem estereotipado tornou-se numa figura comum nos espetáculos teatrais de comédia e uma referência a fim de conotar pessoas de ascendência negra. “Entre 1870 e 1960, as leis Jim Crow mantiveram uma hierarquia racial cruel nos estados do sul dos EUA, contornando as proteções que tinham sido

O argumento central de Baradaran é que o sistema econômico americano, que desde seu início tem um trabalho de benefício da ascendência europeia e ao mesmo tempo em detrimento da pessoa de ascendência africana. Nesse cenário discriminatório, os bancos negros surgiram como um veículo que permitia aos afro-americanos se engajarem em alguma aparência de construção de riqueza. Além disso, como os bancos afro-americanos foram percebidos como um “oásis” em meio a um “deserto” econômico racialmente carregado, um amplo espectro de líderes afro-americanos ao longo do tempo tem exaltado sua existência”. *Baradaran’s central argument is that the American economic system, since its inception, as work of benefit of European descent and the simultaneous detriment of person of African descent. In this discriminatory setting, black banks emerged as vehicle that permitted African Americans to engage in some semblance of wealth building. Moreover, because African Americans banks have been perceived as an “oasis” in the midst of racially charged economic “desert”, a wide spectrum of African American leaders over time have extolled their existence* (AMERICA HISTORICAL REVIEW, 2017, p.966).

Apresentando a experiência estadunidense, a autora corrobora com a teoria da “a lacuna da riqueza racial”, na qual existe o afastamento do indivíduo negro de instituições financeiras tradicionais de origem europeia. Desta forma, este indivíduo definia outra forma de acumular suas riquezas, papel importante assumido pelos bancos negros. Observo que as entrevistas realizadas na 17ª edição do FFP, em 2018, indicaram este afastamento do afroempreendedor quanto às instituições financeiras tradicionais da cidade de São Paulo e mostraram também que ainda não possuímos organização tal qual bancos negros comerciais e/ou para investimento.

Baradaran (2017) trata a relação das instituições financeiras com seus clientes, favorecendo o grupo com fenótipo europeu, realidade que se reflete no Brasil. Sob o viés do racismo estrutural, o sistema de segurança das instituições financeiras é instruído a identificar o indivíduo negro como o indesejado, criando diferentes bloqueios para sua circulação no local, impedido seu sentimento de pertença até mesmo na solicitação de seu direito como afroempreendedor, no caso o microcrédito.

implementadas depois do fim da Guerra Civil – como a 15ª Emenda, que há 150 anos já concedia aos negros o direito ao voto. As leis discriminatórias negavam os direitos aos negros, submetiam-nos à humilhação pública e perpetuavam sua marginalização econômica e educacional. Qualquer um que desafiasse a ordem social enfrentava menosprezo, assédio e assassinato” (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2020). Disponível em: <https://www.natgeo.pt/historia/2020/02/leis-jim-crow-criaram-escravatura-com-outro-nome>

Outra contribuição são as discussões sobre o BM, uma vez que as questões de cotas estudantis estadunidense⁶⁴ acontecem em 1964 com a Lei de Direitos Civis, ação que combateu a segregação nas escolas e beneficiou a ascendência social da população negra estadunidense, a qual ocorreu diante dos conflitos raciais. Esta experiência pode ser aproveitada para uma analogia às questões da população negra brasileira, diante do Movimento Black Money (MBM) brasileiro, pois somente após 2001 o Brasil torna-se signatário de ações afirmativas e nos anos subsequentes estas passam a ter caráter de Lei.

O Brasil ainda é embrionário nas tratativas acerca de minorias sociais e tem uma economia aquém da epistemologia do norte, como é o caso dos EUA. Estamos longe de um apoio do Estado quanto aos problemas da população negra brasileira. Desta forma, nascem outras ações, autônomas e copiadas de modelos que foram testados e funcionam em seu país de origem, como o caso financeiro por meio do BM estadunidense.

O movimento BM dos EUA ganha aliados importantes e se empodera diante do discurso de desenvolvimento econômico⁶⁵ do Presidente Republicano Nixon, em agosto de 1968. Baradaran (2017, p.165) reforça que ele “não foi o primeiro administrador a promover as minorias”:

Para negros este é uma concessão de poder. Nixon falou: “pessoas do gueto tem que ter maior chance de igualdade. Ele tem que ter seus dividendos...para os negócios da comunidade, vai ser como impulso de mercado: “nós podemos obter um maior retorno social sobre um determinado nível de investimento e realizar algumas atividades através do [mercado de trabalho]. *To blacks, it was a grant of power. Nixon said “people in the ghetto have more the equal chance. They should be given a dividend... To the business community, it was to be Market-driven: “we can get a bigger social return on a given a level of investimente and get some of the Jobs done throught the Market system”* (BARADARAN, 2019 p.164-165).

⁶⁴ A história das ações afirmativas teve seu início nos EUA, durante a época das lutas pelos direitos civis, em meados da década de 1960, como forma de promover a igualdade social entre os negros e brancos norte-americanos. A partir de então, o presidente John Kennedy passou a validar ações que tinham como objetivo auxiliar as pessoas pobres e diminuir a desigualdade entre classes. Disponível em: <https://vestibular.brasilecola.uol.com.br/cotas/la-fora-historia-das-cotas-raciais-nos-eua.htm>

⁶⁵ Ranking elaborado pelo Fundo Monetário Internacional com as 10 economias mais ricas de 2018, coloca E.U.A no 1º lugar com 16,5 bilhões de euros. Neste mesmo ranking o Brasil ocupa o 10º lugar com 1,7 bilhões de euros. Disponível em: <https://www.dinheirovivo.pt/economia/galeria/estas-sao-as-economias-mais-poderosas-do-mundo/>

A importância de firmar uma economia negra estava pautada no plano do Estado, era importante promover esse desenvolvimento, pois assim gerava-se “dividendos”, impactando diretamente nas contribuições obrigatórias de impostos. A autora revela que discussões econômicas que envolviam a população negra eram acompanhadas pelos principais líderes do movimento negro estadunidense, entre eles Martin Luther King Jr. (1929-1968), orador nato, que trouxe em seu principal discurso a frase “*I have a dream*” (Eu tenho um sonho):

Eu tenho um sonho que meus quatro filhos viverão um dia na vida em uma nação que não serão julgados pela cor de sua pele, mas pelo conteúdo do seu caráter. “I have a dream that my four little children will one day live in nation where they will not be judged by the color of their skin but by the content of their character” (BARADARAN, 2019, p.139).

Martin Luther King Jr., um grande articulador estadunidense em defesa dos direitos civis, trouxe nesse discurso um sentimento antirracista que não fora vivido em diferentes nações, como por exemplo a própria estadunidense, a qual atualmente ainda enfrenta problemas raciais. A população negra brasileira compreende 56,4% da população do país (IBGE, Censo 2011) e partilha do mesmo sonho de Martin.

Resgatando a importância da composição financeira para o crescimento econômico da população negra, inicializa-se a discussão sobre o MBM e a prática da ideologia “se não me vejo, não compro” no Brasil. Entretanto não existe a proposta de uma moeda tendo em vista a circulação monetária, mas uma percepção sob a produção e o consumo vinculado à população negra.

Para Berth (2019, p.74), a realidade brasileira acerca de dinheiro e/ou capital resulta em uma “estratégia de dominação e aniquilamento de mobilidade social, manter grupos explorados longe de conforto e das benesses que o capitalismo proporciona – e isso tem sido feito a séculos”. A autora retoma que os escravizados nunca tiveram a possibilidade de ganhar grandes somas de capital e mal conseguiam comprar sua alforria, portanto, para esta compra o dinheiro não podia chegar às mãos do seu senhor “dono”, pois neste caso não era possível comprar sua própria liberdade.

Laurentino Gomes, na obra *Escravidão* (2019), revela que “em 13 de maio de 1888, fomos o último país das Américas a abolir a escravidão, e o fizemos pacificamente, em razão de nosso “caráter cordial” como disseram alguns; mas também sem pagar um centavo de indenização aos alforriados”. Não havia entre os

donos de escravos quaisquer consciência a respeito de todos os malefícios causados a estes cidadãos.

Diante de um processo diaspórico, é possível compreender que o primeiro investimento feito pela população negra escravizada foi investir em sua própria liberdade. Após séculos, esta realidade é atualizada perante a falta de inclusão nos meios tradicionais de produção, ao passo que o investimento da população negra continua sendo em sua liberdade, agora econômica, em seu afronegocio.

Alguns afronegócios voltados a área financeira⁶⁶ fornecem serviços que incentivam o BM. Os dados são exploratórios, a fim de entender como estrutura-se o MBM no Brasil:

- a) D'Black Bank, fintech brasileira destinada ao público negro, especializada em cartões de crédito e outros serviços financeiros. Lançada em 2017, tem o objetivo de “promover o desenvolvimento social responsável com dinheiro e crédito que não circula nos grandes ciclos econômicos”, afirma Alan Soares, fundador do Movimento Black Money (MBM);
- b) Lançado em 2017, a Conta Black, uma conta digital voltada às pessoas que não tem acesso a serviços financeiros em instituições tradicionais. “Os clientes conseguem fazer pagamentos, transferências e obter crédito sem burocracia, acompanhado de educação financeira, para que o empréstimo não se torne um problema” afirma Sergio All, fundador da Conta Black;
- c) Afrobank, “somos um banco de impacto social, focado no crescimento econômico da comunidade negra do Brasil... você só paga pelos serviços que utiliza, com taxas muito menores das praticadas pelos bancos tradicionais” (SITE AFROBANK, 2020);
- d) Banco Afro, AKINTEC, entre outros.

Os afronegócios acima citados trabalham com incentivo de crédito para a população negra, a partir da proposta de enfrentamento do racismo estrutural presente nas instituições financeiras tradicionais, como as indicadas pelo SEBRAE. Contudo, não foi possível identificar a consolidação destes produtos financeiros entre

⁶⁶ Diferentes redes sociais, porém, busquei a veracidade de existência dos bancos em sites dos próprios negócios que estão ativos. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/conheca-alternativas-bancarias-negras-para-nao-ficar-dependente-de-um-banco-racista/>; <https://akintec.com/>

os afroempreendedores entrevistados, devido à recente data de abertura dos trabalhos e, por outro lado, a desmotivação em relação à imagem do crédito em instituições tradicionais.

Os afroempreendedores que participam do FFP são estimulados a trabalhar o BM, pois além de ser um dos assuntos da oficina do AFROLAB, existe também o empenho entre a organização do evento, empreendedores, colaboradores, visitantes e consumidores no intuito da circulação de dinheiro entre negros. No entanto, longe do evento este afroempreendedor precisa vender e comprar de quem ofereça o melhor preço e condição de pagamento. Avalio que fora do evento este afroempreendedor não possui escolha quanto ao destino de seu dinheiro, ainda é preciso que a população negra se monetize para depois emplacar a ideologia do BM.

No Brasil, diferente de como nos EUA, negros são autodeclarados⁶⁷, percalços que o Estado coloca, estratificando cada vez mais essa população — assumir-se negro passa a ser um ato político. Contudo, na cidade de São Paulo encontramos a maioria esmagadora da população negra às margens e, ainda assim, o Estado perversamente intervém na identificação racial dos membros desta comunidade.

Tendo em vista a questão da miscigenação brasileira, o MBM ainda precisa validar seu posicionamento, uma vez que as famílias não são homogêneas quanto às questões de raça. Isto posto, como um familiar não branco, que opcionalmente não se autodeclara negro, poderia contribuir para fortalecer o MBM? Esta é uma de diversas questões que permeiam essa discussão.

Quando a população negra periférica inicia um olhar de consumo, que retorna para sua comunidade, ela interage com toda esta comunidade. Independente da autodeclaração de raça, o que está em jogo é o crescimento dos pares.

Os negros com maior poder aquisitivo podem até conseguir transitar financeiramente no MBM, deixando que seu dinheiro fortaleça o afronegócio. O afroempreendedor, como microempreendedor, ao comprar matéria prima, entre outros itens, para fabricar seu produto ou executar seu serviço, muitas vezes acaba por não ter saída e seu dinheiro passa a fazer parte de circulação tradicional, quebrando a corrente da ideologia de permanência no MBM.

⁶⁷ EUA caminha para o modelo brasileiro de identificação racial. Disponível em https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160112_neymar_racismo_jf_cc

O dinheiro está presente entres as formas de dominação de um povo. “Nós, ‘indivíduos modernos’, somos obrigados a conviver com a ambiguidade e com a contradição como nosso traço histórico mais peculiar, seja na dimensão existencial seja na dimensão política” (SOUZA, 2009, p.393). No caso do indivíduo negro, devido ao seu histórico social, cultural e econômico, no qual sempre viveu privações, as experiencia também na vivência do afronegocio.

As entrevistas revelaram que afroempreendedores pagam seus fornecedores em dinheiro, por não ter crédito em bancos comerciais, e/ou em diversas parcelas, por não ter o capital adequado para gerir o negocio. Durante as entrevistas, em algumas falas, também foram relatados o empréstimo de familiares para poder atender à um evento. Para Souza (2009, p. 404), “o que é sempre escondido e nunca percebido nessa questão é o fato de que as classes sociais produzem e se reproduzem, antes de tudo, ‘afetivamente’ por herança familiar”.

Para a ralé brasileira, não há cidadania possível sem a “internalização”, ou melhor, “incorporação” de uma dada economia emocional, assim, para suportar todas as pressões do capitalismo, o trabalho do afroempreendedor passa constantemente por afirmações sociais. Estas afirmações são relacionadas como: ter espaço comercial, contratar (fornecedores e/ou funcionários, etc.), emitir nota, taxas, impostos, entre outros itens. Para o afroempreendedor, essa sobrecarga não foi vivenciada na sua herança familiar, sendo posta como novo aprendizado e mais um desafio para empreender.

Lipovetsky (2007, p.20) traz uma reflexão importante, que pode ser analisada a luz dessa pesquisa. Segundo o autor, “num futuro distante, uma nova hierarquia de bens e valores virá a luz. A sociedade do hiperconsumo terá morrido, cedendo o passo a outras prioridades, a um novo imaginário da vida em sociedade e do bem viver”. Não podemos, contudo, esquecer que o contemporâneo é líquido (BAUMAN, 2011).

Levando-se em consideração os tempos hipermodernos e líquidos e o caráter passageiro da moda afro, a pesquisa foi realizada em “tempos” nos quais o negro segue sendo considerado um problema para sociedade, ainda que a população negra tenha atravessado séculos de luta por reconhecimento. O afroempreendedorismo, então, rompe com a exclusão do mercado de trabalho e busca forças através da comunidade negra para manter-se no mundo dos negócios.

O afroempreendedorismo com motivação da circulação de dinheiro entre negros, pobres e periféricos, sem qualquer apoio institucional, nos distancia cada vez mais da economia ativa. Os EUA conseguiram há muito tempo atrás enxergar a importância de comunidades economicamente produtivas, ainda que voltado aos interesses do Estado, algo que no Brasil não aconteceu.

Para Souza (2009), “foi a ausência até nossos dias, de qualquer preocupação efetiva com a remissão desse exército de párias e desclassificados sociais que é a verdadeira causa de conflito social tão mal compreendido” (SOUZA, 2009, p.403). Estamos numa fase emancipatória, diante do que foi construído através da luta do movimento negro: políticas afirmativas, processos diaspóricos, re“ação” à exclusão dos meios tradicionais de produção por meio afroempreendedorismo, afronegócios como ação afirmativa e a contribuição de pesquisadores em diferentes temáticas sobre a população negra.

4.2 DESDOBRAMENTO DE POLÍTICAS AFIRMATIVAS DO GLOBAL PARA O LOCAL

Após mais de 130 anos de Abolição da Escravatura, a partir da assinatura da Lei Áurea, em 1888, a história do homem negro livre permanece na busca da inclusão, do reconhecimento de sua importância e no contínuo enfrentamento do racismo estrutural imposto pela sociedade. Ribeiro (2012, p.22) afirma, “as pressões do movimento abolicionista e, depois o movimento negro, reforçam as demandas sobre a necessidade de inclusão desse segmento por meio de políticas com recorte racial”.

Nas últimas décadas, a nova geração de movimentos sociais voltados a causa da igualdade racial tem questionado seu espaço em diversas esferas do poder e áreas de atuação; esta nova geração questiona o espaço da mulher negra, o qual ainda se mantém na base da pirâmide econômica, tornando-as indivíduos com as menores oportunidades em nossa sociedade.

Outra situação encontrada ao observar a população negra em geral é que ainda que exista um avanço no nível de instrução desta população por meio de ações afirmativas, por outro lado, o mercado não absorveu este indivíduo, como um hiato no desenvolvimento profissional.

Ribeiro (2012, p.45) apresenta uma visão de Matrvs Chagas quanto às Políticas de Igualdade Racial nas universidades e mercado: “Temos hoje mais de 400 mil jovens que entraram nas universidades pelo Prouni [Programa de Universidade para Todos – Lei 11.096/05] e pelo sistema de cotas. Daqui a pouco teremos um grande percentual de profissionais no mercado, e temos o desafio de nos aproximar deles” (RIBEIRO, 2012, p.45).

O Brasil implementou, por meio de ações afirmativas⁶⁸, Políticas de Igualdade Racial, as quais foram discutidas na 3ª Conferência Mundial de Combate ao Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerâncias Correlatas (Durban, África do Sul, em 2001)⁶⁹, evento organizado pela ONU. Momento em que o governo brasileiro se tornou signatário e firmou compromisso internacional para a reparação dos danos causados pelo racismo.

A partir deste evento houve avanço na consolidação dos benefícios de impacto político-social, como a criação de secretarias de combate ao racismo, aprovação de leis e implementação⁷⁰ das mesmas, por exemplo. A atuação da secretaria — a qual lidou com problemas que exigiam um nível hierárquico de ministério — foi desafiadora no que diz respeito à execução de projetos, verba e desempenho do atendimento diante da numerosa população negra brasileira. No decorrer do percurso, ao passo que se tornou possível existir formação superior através de programas sociais, observou-se a exclusão dessa população na cadeia produtiva.

⁶⁸ Ações afirmativas são atos ou medidas especiais e temporárias, tomadas ou determinadas pelo Estado, espontânea e compulsoriamente, com o objetivo de eliminar desigualdades historicamente acumuladas. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/acao_afirmativa

⁶⁹ Dentre os projetos desenvolvidos pela ONU, foram estabelecidos três décadas para ações específicas antirracismo no mundo. A respeito da primeira e segunda fase do projeto não se tem muita informação. Ribeiro (2012, p.252) relata “não são encontrados facilmente detalhes sobre a I e a II Conferências Mundiais contra o Racismo”, uma das razões é a indisponibilidade eletrônica do material. Atualmente estamos na 3ª Década Internacional do Afrodescendentes da ONU, a qual compreende o período entre 2015-2024, incluindo atividades previstas no Brasil, que não estão diretamente relacionadas ao FFP.

⁷⁰ “Em 2003, foi eleito presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Sua vitória foi emblemática e significativa para os movimentos sociais, e de forma singular para o movimento negro, afinal tratava-se de um candidato não-branco, nordestino e de baixa escolaridade, o que sinalizava a existência de algum tipo de sensibilização para as propostas do movimento negro” (JUNIOR, 2017, p.45). No mesmo ano foi criada a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR). Para Junior (2017, p.46-47) “pode ser considerado o primeiro sinal de que, embora comprometido com o combate ao racismo, o governo tinha prioridades mais essenciais”, dessa forma, a ausência de recursos e atuação hierárquica perante ao Estado deixaram seu trabalho mais restrito.

O autor destaca que mesmo com propostas progressistas a secretaria sofreu ataques que não possibilitaram a realização dos seus objetivos e apesar de ser “a base legal para a atuação contra discriminação e as desigualdades raciais, contudo, as atuais mudanças do ponto de vista governamental, deixam claro que a existência da Política Nacional de Promoção da Igualdade Racial, assim como outros instrumentos, não serão tornados efetivos sem a luta dos movimentos sociais, particularmente do movimento negro” (JUNIOR, 2017, p.47). O autor retoma a importância da “aprovação do Estatuto da Igualdade Racial em 2010 por meio da Lei 12.288 de julho de 2010”, que apesar de muitos recortes para aprovação, “é um instrumento de discussão acerca da efetivação do combate ao racismo no Brasil” (JUNIOR, 2017, p.47). Disponível em: http://osocialemquestao.ser.puc-rio.br/media/OSQ_37_art_2_Marques_Junior.pdf

O afroempreendedorismo é também, em grande parte, um desdobramento do conhecimento adquirido pela população negra na democratização do ensino superior no período entre 2003-2016⁷¹. Esta ação política trouxe consigo a reordenação do seio familiar, alimentando a esperança do sucesso vendido pelo ensino superior.

Se faz necessário retomar que a forma de ensino nasce dentro da corrente filosófica, sociológica e política do século XIX na França, o positivismo⁷², o qual determinava o conhecimento científico como razão única, sendo este, portanto, o único conhecimento verdadeiro. Para Almeida (2018, p. 23) “racismo científico, obteve enorme repercussão prestígio nos meios acadêmicos e políticos do século XIX”, este impacto é sentido até hoje na sociedade contemporânea”.

Observo que instituições pautadas em conceitos positivistas, embora submetidas a políticas públicas, passam por transformações, as quais podem ser absorvidas ou não por seus representantes. Assim, instituições educacionais mantêm-se distanciadas da população negra, que por muito tempo não obteve acesso ao ensino formal. Vale ressaltar que a população negra se apoiou no ensino informal, também chamado de “experiência de vida”, para lidar com esta falta de conhecimento e contemplaram desta maneira seu aprendizado.

As ações afirmativas adquiriram visibilidade tardiamente, apenas em 2001, identificando os malefícios históricos incalculáveis causados pelo Estado à população negra brasileira. Nesta pesquisa abordo a problemática da exclusão da população negra nos meios de produção tradicionais, momento no qual uma das estratégias de superação passa a ser os afronegócios, tendo como finalidade conduzir a vida financeira dessas famílias.

⁷¹ A educação da população negra, tem relação direta com o regime escravocrata brasileiro, uma vez que não era permitido ao escravo tornar-se alfabetizado. Para implantação de políticas de ações afirmativas é necessário que a instituição de ensino tenha um projeto político pedagógico, o qual pode favorecer este aprendizado mesmo em situações informais dentro da escola. Disponível em <https://www.ufrgs.br/humanista/2018/09/10/lei-10-639-completa-15-anos-na-educacao-brasileira-ainda-com-dificuldades-de-implantacao/>

A criação da SEPPIR, em março 2003, traz um importante significado histórico, “entre 2003 e 2010 o governo Lula e o movimento social colocaram a igualdade racial na agenda do dia, por meio da ação da SEPPIR e das demais instâncias governamentais, somada à participação da sociedade” (RIBEIRO, 2012, p.108).

⁷² O Positivismo é uma corrente filosófica que surgiu na França e ganhou força na Europa durante a metade do século XIX e início do século XX. Seus principais idealizadores foram Auguste Comte e John Stuart Mill. Esta escola filosófica defende a ideia de que o conhecimento científico é a única forma de conhecimento verdadeiro. De acordo com os positivistas somente pode-se afirmar que uma teoria é correta se ela foi comprovada através de métodos científicos válidos, não considerando os conhecimentos ligados a crenças, superstição ou qualquer outro que não possa ser comprovado cientificamente. Para eles, o progresso da humanidade depende exclusivamente dos avanços científicos. Disponível em <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Positivismo>>

Ainda assim, o fato de o Brasil tornar-se signatário apenas em 2001 não deixa de ser uma decisão importante para almejar a reparação de danos político-sociais, econômicos e culturais causados à população negra. Entretanto deve-se ponderar o fato de que as ações afirmativas estão promulgadas há cerca de 20 anos, contudo esta população continua em constante luta contra a injustiça de direitos e a desigualdade racial.

A estratégia da 3^o Conferência Mundial de Combate ao Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerâncias Correlatas, coloca a atividade de eventos como uma das alternativas para comunicação por meio do uso do conhecimento, devido sua capilaridade e carga de informação a qual é exigida nesta atividade.

A realização do evento pode contribuir “para a promoção, valorização e preservação dos patrimônios cultural e natural da comunidade” (ANDRADE, 2002, p.17). Andrade (2002) acrescenta pontos importantes como a viabilidade econômica, exequibilidade técnica, conveniência social (atender a comunidade) e aprovação política (apoio de autoridades públicas) — itens que uma conferência a respeito de um problema em escala mundial deve submeter.

O FFP, mediante um olhar teórico, compreende um evento na área de interesse artísticos-culturais, o qual cabe a tipologia feira e/ou festivais (TENAN, 2002), abrangendo a função comercial. Um fato interessante é que “as primeiras feiras surgiram na Europa, durante a Idade Média, como ponto de encontro de mercadores” (TENAN, 2002, p.37) e com o passar do tempo se fortaleceram a partir da indústria do consumo.

Segundo a autora, a principal queda das feiras acontece na Segunda Guerra Mundial⁷³; porém, persistindo na realização deste tipo de evento, “a Alemanha encontrou na promoção de feiras um dos caminhos para sua reconstrução do pós-guerra” (TENAN, 2002, p.38).

A população negra, a partir do conhecimento do poder da comunicação por meio de eventos, é capaz de provocar mudanças. Nesta análise vale ressaltar que o FFP durante seus 18 anos de existência, num formato menor quando comparado à

⁷³ A Segunda Guerra Mundial foi um conflito de proporções globais que ocorreu no período de 1939 à 1945, incluindo nações consideradas grandes potências mundiais. Sua causa estava ligada ao expansionismo e o militarismo da Alemanha Nazista, que em 1933, liderada por Adolf Hitler, o líder do partido nazista, inicia o projeto de doutrina de sua população e caça à minorias. Após 6 anos de conflito cerca de 70 milhões pessoas morreram. Disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/historiag/segunda-guerra-mundial.html>

um evento mundial, tem insistido na capacidade empreendedora desta população; neste caminho, outras ações se espalham pelo país e ganham espaço na discussão do Estado, o qual tem acompanhado esta movimentação a fim de ter o controle.

No Brasil assistimos diferentes fases do desenvolvimento, no Século XX o comércio se consolidou sob a perspectiva do modelo americano de centro de compras, os “*shopping centers*”, que foram replicados a longo da cidade de São Paulo, contribuindo para um maior distanciamento da população negra deste tipo de mercado.

As feiras étnicas surgem neste cenário de crescente desenvolvimento das atividades comerciais. Em São Paulo, parte da demanda de visitantes passam a frequentar as feiras étnicas em busca do diferencial de seus produtos. Esse contingente de indivíduos que buscam, *a priori*, arte e cultura, fazem das feiras étnicas um ambiente de interação com diferentes grupos, contribuindo para o desenvolvimento econômico, social, cultural e político.

Outro evento de maior magnitude, e que poderia vir a contribuir a respeito da discussão acerca do racismo estrutural, seria a III Década Internacional do Afrodescendentes da ONU, com ações previstas entre os de 2015 e 2024, prazo estipulado pela organização. A população negra da cidade de São Paulo está presente em diferentes eventos antirracistas, movimentados por ativistas nacionais e internacionais, uma vez que existem evidências de que há muito para ser feito.

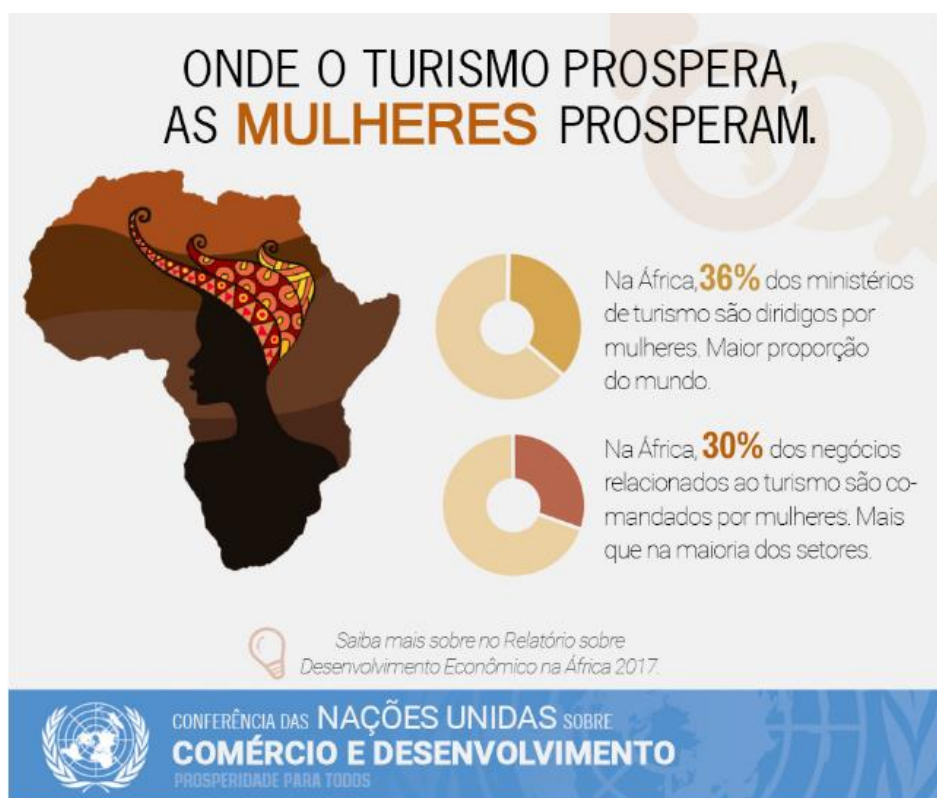
A visão global sobre a questão racismo estrutural e o estabelecimento da III Década Internacional do Afrodescendentes da ONU tem apoiado ações de empoderamento feminino em países africanos. Visto que o FFP tem, em sua maioria, mulheres negras, faz-se importante acompanhar o que efetivamente tem sido feito, uma vez que ONU é um órgão usualmente acionado para alertar as necessidades das populações em seus países. Um dado importante no resgate da diáspora africana através do turismo está demonstrado na figura 5.

A **Figura 5 - Onde o turismo prospera as mulheres prosperam** mostra que existe certa influência positiva no fato de ter mulheres à frente de cargos de comando no Estado, fator diretamente relacionado a composições políticas⁷⁴. Diante de uma

⁷⁴ Mulheres africanas ultrapassam EUA e Europa (exceto Escandinávia) em cargos políticos. A afirmação vem de Graça Machel (viúva de Nelson Mandela) que esteve presente em dois eventos no Brasil em maio de 2019. Países que adotam cotas para ampliar a presença feminina no Poder Legislativo como Ruanda (68%), Namíbia (46%) e Moçambique (40%) apresentam importantes números de representação feminina. Disponível em:

liderança feminina é mais sensato compreender as dificuldades de gênero, favorecendo o fortalecimento das ações, gerando maior assertividade:

Figura 5 - Onde o turismo prospera as mulheres prosperam



Arte: UNCTAD. Adaptação para o português: UNIC Rio

Fonte: Organização das Nações Unidas⁷⁵, 2017.

O impacto do empoderamento feminino, presente em ações de diversas esferas da sociedade, tem sido de extrema importância para atividades ligadas ao turismo. Toda a criatividade e experiência hospedeira e empreendedora das mulheres está sendo utilizada para promover produtos criados e feitos por elas a fim de gerar uma identidade local, contribuindo para desmistificação do gênero improdutivo, fortalecendo mulheres economicamente e gerando renda que reflete na atividade turística (UNICRJ,2019).

O alcance da internet é ferramenta fundamental para a disseminação do afroempreendedorismo; com esta finalidade, destaco o uso da internet para fomentar ações antirracistas. Ribeiro (2012, p.254) sinaliza a preocupação pois, “dentre as

<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/05/afrika-esta-a-frente-em-participacao-feminina-na-politica-diz-Machel.shtml>

⁷⁵ Disponível em <<https://nacoesunidas.org/relatorio-da-onu-encoraja-paises-africanos-a-apoiar-setor-de-turismo/>>

considerações apresentadas na resolução, é mencionado o crescimento do antagonismo étnico e atos de violência. Destaca que a disseminação de propagandas racista, xenofóbica estava sendo veiculada pelas novas tecnologias de comunicação, incluindo a internet”.

A internet, com o passar dos anos, ainda que não tenha atingindo a totalidade da população brasileira⁷⁶, tornou-se massivamente acessada e também um meio de comunicação útil para manifestações da população negra quanto aos crimes de racismo, genocídio, prisões indevidas, entre outros. Porém também pode assumir o papel ameaçador para indivíduos e instituições, seja por má interpretação, distorção de informações ou surgimento de perfis falsos, contribuindo para ofensas raciais e incitação do ódio, práticas caracterizadas como crimes de internet⁷⁷.

Bauman (2007, p.09) diz: A “‘sociedade’ é cada vez mais vista e tratada como uma ‘rede’ em vez de uma ‘estrutura’ (para não falar em uma ‘totalidade sólida’): ela é percebida e encarada como uma matriz de conexões e desconexões aleatórias e de volume essencialmente infinito de permutações possíveis”. O autor corrobora com a noção de potencialidade as quais estas relações líquidas podem provocar, desta forma o Estado deve desenvolver regras e, caso necessário, criminalizar as ações negativas e de alta proporção produzidas em rede, não alimentando a “distorção coletiva” (BAUDRILLARD, 1985).

Como um dos pontos chave discutidos nesta pesquisa, o afroempreendedorismo impõe-se como uma alternativa de ganho financeiro perante a realidade da globalização, responsável por excluir estes indivíduos dos meios de produção do capital, mantendo a população negra à margem, sem emprego ou com baixos salários, deixando sua grande maioria imersa na pobreza. Santos (2007), em sua obra *“Pensando o Espaço do Homem”*, nos revela que o plano de expansão global se sobressai aos interesses deste indivíduo em razão da reprodução do capital e aborda também a preocupação em relação ao avanço da globalização somado às

⁷⁶ Estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apresenta perfil sócio econômico do usuário de internet no Brasil: “As disparidades no conteúdo digital, porém aparecem diante de um recorte econômico do país. Nas classes A e B, por exemplo, 90% das pessoas estão conectadas no dia a dia. Já entre as classes D e E esse número despenca para 42%. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/notivias/2019/06/33percent-dos-brasileiros-nao-tem-acesso-a-internet-entenda.ghtml>

⁷⁷ Em 2016, a ONG Safenet recebeu cerca de 115 mil denúncias de violação de direitos humanos online, envolvendo 39 mil páginas (URLs) distintas. Destas, 35 mil tratavam-se de racismo. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/internet-nao-e-terra-sem-lei-racismo-online-racismo>

práticas excludentes que a mesma gera, uma vez que sua distribuição de resultados e custos são desiguais, agravando diretamente a situação da população negra:

Para países subdesenvolvidos o resultado é claro: produção sem relação com as necessidades reais; exportações e importações nocivas à economia nacional; superutilização dos recursos sociais em homens e matérias-primas, em benefícios das grandes firmas mundiais; subutilização da força de trabalho e dos recursos efetivamente indispensáveis à sobrevivência. No plano de Estado, endividamento crescente, distorção na destinação dos recursos, proteção, tornada indispensável, às atividades que sustentaram o “crescimento” e o comércio exterior, com conseqüente empobrecimento do Estado. No plano social, agravamento do não-emprego, da pobreza, das condições de habitat, educação, saúde e alimentação. Empobrecimento relativo e absoluto (SANTOS, 2007, p.19).

Ao deturpar as condições de vida e as relações de trabalho, a globalização estimula o consumo, oferecendo a “produção sem relação com necessidades reais”. Uma vez que a produção é acelerada, trabalhos são oferecidos de maneira cada vez mais precária, com salários crescentemente pior remunerados e mais longas jornadas de trabalho. Diante da máquina da globalização, a população marginalizada empreende e oferece diferentes produtos para o consumidor, visando também aproveitar o consumo exacerbado, de acordo com a tese da hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004).

Discursos de apoiadores da globalização poucas vezes revelam que grande parte dos recursos capitalizados são direcionados às matrizes das grandes empresas, as quais estão fora do país, favorecendo as epistemologias do norte (SANTOS & MENEZES, 2009) e desfavorecendo o plano de Estado e social, acarretando mais desigualdade à população local e afetando diretamente os mais pobres, os quais são em maioria afrodescendentes.

O desenvolvimento desigual é reconhecido como um dos males ocasionados pelo racismo, o qual incide no empobrecimento das populações discriminadas, que é o caso da população negra. Para Souza (2009), os “dados que o capitalismo representa não apenas no sistema social de produção, mas também um sistema de distribuição, uma análise de classe mais ampla não deve perder de vista a desigualdade” (SOUZA, 2009, p. 464).

Na tratativa de vítimas do racismo, a Declaração de Durban fundamenta a situação de desvantagem com foco nas medidas de prevenção e enfatiza-se a igualdade de oportunidades em todas as esferas, incluindo o desenvolvimento, visto *a priori* como um caminho para a erradicação do racismo. Atualmente, as manifestações contemporâneas sobre racismo revelam o quanto o tráfico transatlântico de escravos foi terrível com estes povos — os quais tiveram suas vidas duramente marcadas por este episódio — assim, as práticas do racismo geram ainda mais pobreza

Contudo, um dos principais atores para o sucesso de ações antirracistas é o Estado, que de forma vigilante é capaz de tomar medidas corretivas. Práticas de desenvolvimento adotadas deveriam trabalhar para que todas raças humanas estivessem em situação de igualdade.

No Brasil os trabalhos são coordenados pela Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR)⁷⁸ em parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e de acordo com Ribeiro (2012): “as políticas de igualdade racial surgiram tardiamente, entre os anos 1980 e 1990 em alguns estados e municípios... entre 1988 e 2000, começaram a aparecer gestões federais – Governo José Sarney e Fernando Henrique, a timidez foi constatada com a instalação do Governo de Transição, que teve a incumbência de analisar as políticas desenvolvidas pelo governo anterior e elaborar recomendações para o governo Lula” (RIBEIRO, 2012, p.26).

A SEPPIR trabalha com populações historicamente discriminadas por sua raça. Ribeiro (2012, p.26) destaca que, entre suas atividades, a “SEPPIR tem a responsabilidade de garantir, nos termos da cidadania e dos direitos, o relacionamento com povos indígenas, ciganos, os judeus, os palestinos e demais grupos que vivem discriminações históricas do ponto de vista racial, étnico e cultural”. Para termos ideia da importância desse trabalho, no censo demográfico de 2010, solicitado pela SEPPIR, o IBGE aponta que em São Paulo vivem cerca de 11, 2 milhões de pessoas, sendo que cerca de 37% (4,1 milhões) se declaram negros.

⁷⁸ A SEPPIR tem a funcionalidade de “órgão assessor da Presidência da República”, com *status* de ministério. A secretaria nasceu com a missão de formular, articular e coordenar políticas para a superação do racismo e da promoção de igualdade racial . . . resultado de negociações com a sociedade civil e representam a confluência de um momento triplamente vitorioso. . . a concretização de histórias e reivindicações do movimento negro no campo das políticas públicas... uma resposta ao compromisso eleitoral e político da sociedade Brasileira... e, também o atendimento ao conteúdo da Declaração e Programa de Ação da Conferência de Durban” (RIBEIRO, 2012, p.26).

Em entrevista concedida ao *Jornal Alma Preta*⁷⁹, em fevereiro 2020, a ex-ministra-chefe da SEPPIR no governo Lula, Matilde Ribeiro, retoma o tamanho do desafio do órgão, o qual foi pressionado pelo movimento negro, uma vez que antes da criação da secretaria, as demandas de cunho racial eram comandadas pela Fundação Cultural Palmares⁸⁰. Ribeiro (2020) revela que “o governo Lula não iria conseguir resolver as questões sociais de 500 anos em cinco ou quatro”.

Ribeiro (2020) “avalia que a questão do acesso ao trabalho, do ponto de vista racial, não foi muito trabalhada, embora a questão do trabalho doméstico tenha tido avanços com a ampliação do direito ao FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) e férias, além de, posteriormente, a implementação da ‘PEC (Proposta de Emenda Constitucional) das Domésticas’” (JORNAL ALMA PRETA, 2020). Abordagem que corrobora na falta de inclusão de pessoas negras nos meios tradicionais de produção.

Em tempos, no ano de 2003, diante do governo progressista que assumia o mais alto posto de comando do Estado — a presidência — o movimento negro pressionou este em busca do posicionamento mediante suas demandas, causas que foram trabalhadas e impactaram na educação, cultura e políticas para a população negra.

⁷⁹ A ex-ministra Matilde Ribeiro, em entrevista ao *Jornal Alma Preta* (2020) fala um pouco do posicionamento da SEPPIR após sua saída, em 2008. Ribeiro (2020) destacou que era possível afirmar que houve institucionalização das políticas de igualdade racial no Brasil, porém atualmente com o governo de Jair Bolsonaro à frente da Presidência da República, as políticas institucionalizadas são inexistentes. As evidências são que a mesma força que provocou a existência da lei, hoje é que faz ela inexistir. Ribeiro (2020) reforça “quando nós falamos dos retrocessos do ponto de vista das políticas públicas, de desmontes, eles são reais. Por exemplo, a SEPPIR “deixou de existir”. Disponível em: <https://almapreta.com/editorias/realidade/matilde-ribeiro-os-marcos-desafios-e-derrotas-da-seppir-no-governo-lula>

Desde 2018 a SEPPIR compõe a pasta do Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos com foco na dignidade da pessoa humana, com o objetivo de ampliar as ações de acesso às políticas públicas para a população negra, indígena, quilombola, cigana, moradores do semiárido, comunidades ribeirinhas e comunidades tradicionais. Com investimento drasticamente reduzido desde 2010, a atuação da SEPPIR e os direitos da população negra tem cada vez mais se distanciado de um plano de governo efetivo. Disponível em: <http://www.generonumero.media/futuro-da-secretaria-nacional-de-politicas-de-promocao-da-igualdade-racial-preocupa-movimento-negro/>; <https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/12/17/secretaria-de-promocao-da-igualdade-racial-sera-mantida-informa-futura-ministra.ghtml>

⁸⁰ No dia 22 de agosto de 1988, o Governo Federal fundou a primeira instituição pública voltada para promoção e preservação dos valores culturais, históricos, sociais e econômicos decorrentes da influência negra na formação da sociedade brasileira: a Fundação Cultural Palmares (FCP). Entidade vinculada ao Ministério da Cidadania, ao longo dos anos tem trabalhado para promover uma política cultural igualitária e inclusiva, que contribua para a valorização da história e das manifestações culturais e artísticas negras brasileiras como patrimônios nacionais. Disponível em: http://www.palmares.gov.br/?page_id=95

Atualmente, sob o comando de Sergio Camargo, a FCP tem participado de diversas polemicas relacionadas a declarações impróprias que Sergio faz, que não contribuem para a discussão do racismo e avanço de projetos positivos para a população negra brasileira. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/03/presidente-da-fundacao-palmares-chama-movimento-negro-de-escoria-maldita>

Contudo, a atual realidade é de uma SEPPIR enfraquecida, uma secretaria que mesmo diante de leis e projetos realizados e/ou iniciados em governos anteriores, não avança nas questões étnico-raciais, pois tem em exercício no Estado um governo negacionista, responsável por comprometer o avanço das políticas de inclusão sem qualquer proposta governamental voltada ao desdobramento das demandas da população negra.

Durante sua visita em 2015, Rita Izsák, relatora especial da ONU sob a tratativa dos impactos das ações afirmativas no Brasil, identificou gargalos na implementação das leis, de maneira que a ideologia do racismo persiste na sociedade brasileira (ANEXO E — Relatório da ONU 2015: *Brazil “Minorities urge that promises official equality be fulfilled” — UN Rights Expert / Brasil “Minorias pedem que promessas de igualdade sejam cumpridas” — especialista em direitos da ONU*). A tradução livre das conclusões preliminares do relatório, relata:

Concluindo, observo que houve progresso significativo no nível político e legislativo para combater o racismo estrutural que continua a dominar a sociedade brasileira. Fato, dado que muitas dessas medidas foram tomadas apenas na última década, elogio o Brasil pelo importante trabalho que realizou para enfrentar seu legado de 500 anos de escravidão, racismo e injustiça contra grupos minoritários importantes, incluindo afro-brasileiros (IZSÁK, ONU-Brasília, 2015).

Diante do engajamento a respeito da luta antirracista, percebemos que houve uma evolução na construção de valores quanto à raça, racismo e exclusão por parte da sociedade e, principalmente, da população negra. Para Berth (2019) ainda não atingimos a totalidade da população negra, pois “as experiências práticas tem mostrado quanto é difícil desenrolar de um processo de empoderamento de todo o grupo, tendo alguns atores, ainda que conscientizado a respeito da existência da opressão, atuando de forma reducionista e cuidando apenas de erradicar aquilo que o aflige” (BERTH, 2019, p.102).

De maneira crescente, a população negra engajada na luta antirracista foi motivada por diversos eventos que aconteceram no Brasil e especificamente na cidade de São Paulo, conforme relatado no Capítulo 2.2, contribuições que marcam este período pela esperança na evolução de políticas públicas, formação e consciência acerca do racismo estrutural.

Nesta pesquisa aprofundamos os questionamentos da população negra no que diz respeito à exclusão do mercado, falta de oportunidades de trabalho e/ou desvalorização profissional, assim como o surgimento do “movimento afroempreendedor” como uma resposta. O movimento afroempreendedor está organizado de forma coletiva com interesses intrínsecos, dentre eles promover seus produtos, sua arte e a circulação monetária entre a população negra.

A cidade de São Paulo, reconhecida pelo seu potencial de captação de eventos e seus números impressionantes de receita, tem em seu calendário o FFP, evento que atende o Calendário de Eventos Oficial da Cidade de São Paulo - Lei Municipal 14.485/07 (ANEXO F — Confirmação SPTuris sobre a Feira Preta e sua atuação atendendo o calendário de Eventos Oficial da Cidade de São Paulo - Lei Municipal 14.485/07), com alusão à data de 20 de novembro — a qual homenageia a morte de Zumbi dos Palmares — em comemoração ao Dia da Consciência Negra.

O FFP foi objeto de análise desta pesquisa por ser um evento oficial da cidade e, a cada nova edição, ter aumentado sucessivamente o número de visitantes, impactando socialmente o trabalho dos afroempreendedores e criando vínculos com a arte e cultura negra ali exposta, por meio de diferentes manifestações artísticas. Um evento significativo para população negra empreendedora e uma ação funcional para o rompimento com o racismo estrutural.

Nas entrevistas realizadas durante os três dias de evento, diante do universo da pesquisa de 17 entrevistados, foi possível identificar que dentre eles apenas 9 apontaram empreender por oportunidade, ao declarar ter estudado suficiente para tocar um negócio. Contudo, 5 declaram ter outra fonte de renda, estes afirmam utilizar-se dos ganhos para complementar a renda e/ou acumular capital.

Aponto, frente ao universo de amostra das entrevistas, que a maioria vê no afroempreendedorismo uma forma de renda, pois mesmo aqueles que declaram empreender por oportunidade se deparam com os desafios de honrar seus compromissos e “pagar as contas”. Os afroempreendedores também revelaram que, embora participando de outras feiras além do FFP, não conseguem se manter apenas com este negócio, geralmente contam com o suporte de familiares que trabalham em empregos formais para complementar a renda e, muitas vezes, chegam a investir no negócio.

Durante a entrevista realizada com os afroempreendedores no FFP, para a pergunta “*Empreender foi uma opção?*”, algumas frases foram colhidas para melhor compreender o empreendedorismo por necessidade⁸¹ (indivíduo que atravessa alguma dificuldade e vê no empreendedorismo a saída para seus problemas) e/ou por oportunidade (um observador exímio, alguém que enxerga uma oportunidade de lançar um novo produto).

Para os que responderam que empreendiam por necessidade, surgiram algumas afirmações como:

- a) *“precisávamos manter a renda familiar”;*
- b) *“foi por necessidade”;*
- c) *“não consegui voltar para mercado de trabalho”;*
- d) *“não procurei trabalho, procurei fazer do trabalho uma diversão”.*

Para os que responderam que empreendiam por oportunidade, surgiram algumas afirmações como:

- a) *“minha filha (o) formou-se em farmácia, depois fez moda assim seguimos na área de vestuário e acessórios”;*
- b) *“larguei a carteira de trabalho, ela te prende”;*
- c) *“foi uma escolha de vida”;*
- d) *“meu cônjuge está desempregado (a)”;*
- e) *“opção de trabalho para complementar a aposentadoria”.*

As respostas contribuem nos questionamentos acerca do racismo estrutural, uma vez que nenhum dos afroempreendedores entrevistados revela ter recebido grandes oportunidades para empreender, todos, sem exceção, partem de um discurso de opressão do Estado. As respostas demonstram um dos diagnósticos a respeito das entrevistas, uma vez que em todas as frases são enfatizados verbos os quais permeiam um caminho ainda não definido, são eles: precisar, necessitar, conseguir, procurar, seguir, largar, escolher, estar e/ou complementar.

⁸¹ Empreendedorismo por oportunidade e necessidade. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principais-diferencas-entre-empendedor-por-necessidade-e-oportunidade/>

Para Monteiro (2002, p.136), “estas são situações às quais vários negros, mesmo empresário, evitam se expor, ao que parece, para evitar constrangimento e os desgastes emocionais aí decorrentes”. Recordo que diferentes afroempreendedores, ao decorrer da entrevista no FFP, trouxeram a luz repetidamente a expressão “matar um leão por dia”⁸², frase que Monteiro (2002) também cita em sua obra após aplicação de entrevistas. Verifica-se que não se trata de uma coincidência, mas sim do retrato da dificuldade cotidiana desses profissionais.

A fim de complementar esta informação, dados do estudo do SEBRAE (2013) “*Os Donos de Negócio no Brasil: análise por raça/cor*”, revelam o crescente número de empreendedores negros no Brasil:

De acordo com o IBGE, entre 2001 e 2011, o número de donos de negócios no País cresceu 13%, passando de 20,2 milhões para 22,8 milhões de pessoas. Nesse mesmo período, o número dos que se declaravam pretos e pardos cresceu 29%, passando de 8,6 milhões para 11,1 milhões de pessoas [...], o número dos que se declaravam brancos aumentou 1% (passando de 11,4 milhões para 11,5 milhões de pessoas) e a categoria outros apresentou expansão de 42% (passando de 185 mil para 262 mil) (SEBRAE, 2013, p. 10).

Identifico o afroempreendedor como portador de perfil e intuição para os negócios, além do olhar perspicaz da oportunidade. Entretanto, a falta de inclusão nos meios de produção tradicionais faz com que este seja um empreendedor por “necessidade” e, apesar do conhecimento adquirido na vida profissional e na construção do seu afronegócio, esta “necessidade” se consolida ao encontrar o resultado financeiro de seu negócio atrelado à renda familiar — apresentando uma das faces da exclusão da população negra em diferentes áreas de atuação.

Acrescento o fato de os indivíduos fora do festival também passarem por momentos de invisibilidade e/ou depreciação de sua arte, uma vez que não fazer parte deste ou de outros grupos de apoio enfraquece os estímulos dos afroempreendedores diante objeções diárias impostas pelo racismo estrutural, resultando na exclusão de afroempreendedores que não participam de eventos como no FFP.

⁸² Provérbio africano “*Matar um Leão por dia*”. Um leão falha de 7 a 10 vezes antes de conseguir capturar sua presa. Ou seja, 85% da sua vida é um fracasso. Você sabe o que faz dele um rei? A perseverança.

Se faz essencial nesta pesquisa compreender como o FFP corrobora, de forma autônoma, com as ações afirmativas, provocando algum tipo de manifestação, conhecimento e/ou empoderamento por parte dos afroempreendedores.

No entanto, o FFP se enquadra no típico evento que enfatiza e destaca os impactos tangíveis, ao passo que os impactos intangíveis são também de grande dimensão, apesar de pouco divulgados. “Alguns dados intangíveis que são de difícil mensuração incluem o efeito na vida social e bem-estar de uma comunidade, o sentimento de orgulho engendrado por um evento e o impacto de longo prazo na imagem do local ou destino turístico” (ALLEN et. all., 2003, p.322).

Resgatar as pautas da população negra, entender a influência do seu negócio e a circulação de dinheiro entre pares pode contribuir para o entendimento de como o mercado de turismo de negócios e eventos da cidade de São Paulo enxerga esta demanda. Almeida (2018, p.57) corrobora com esta análise quando discorre a respeito da permanência do racismo e os ganhos envolvidos com vexatória contiguidade:

A permanência do racismo exige, em primeiro lugar, a criação e recriação de um imaginário social em que determinadas características biológicas ou práticas culturais sejam associadas à raça e, em segundo lugar, que a desigualdade social seja naturalmente atribuída à identidade racial do indivíduo ou, de outro modo, que a sociedade se torne indiferente ao modo com que determinados grupos raciais detêm privilégios.

Especificamente em São Paulo, ações com apoio ao afroempreendedor estão avançando em conjunto ao expressivo número de microempresas e movimentos de afronegócio. Em setembro de 2019, o D.O.U. publicou a institucionalização de um conselho de afroempreendedores, o qual pretende discutir o avanço desta classe de profissionais (Anexo G — Projeto de Lei nº 791/19 institui “Política Estadual de Fomento ao Afroempreendedorismo, no Estado de São Paulo), observo que o Projeto de Lei nº 791/19 é responsável por instituir a “Política Estadual de Fomento ao Afroempreendedorismo” no Estado de São Paulo.

Neste momento o Estado percebe o afroempreendedorismo caminhando em direção à lógica da produção do capital. Com muito empenho, e muitas vezes sem patrocínio, os afronegócios ganham espaço e dinheiro. Ganho este que é acompanhado sob o olhar do Estado opressor — o qual discrimina e exclui a população negra — que se apropria dos dados como o “crescimento dos donos de

negócios pretos e pardos que se aproximam de 11,1 milhão” (SEBRAE, 2013) para encobrir o problema do desemprego da população negra, em uma tentativa de reverter a mesma para este papel de empreendedor e/ou empregador.

A partir de um posicionamento de ordem global, as mudanças laborais foram motivadas pelo movimento de empresas multinacionais⁸³, as quais influenciaram uma nova ordem no mundo do trabalho, ampliando a criação de microempresas e dando o impulso a “pejotização”⁸⁴. Com o passar do tempo, a condição de “pejotização” passou a ser uma das possibilidades de trabalho, mascarando a contratação de um funcionário, deixando empresas isentas de obrigações acerca da saúde do trabalhador, impostos e indenizações, além de promover mudanças nas leis de trabalho em pontos como a terceirização e/ou até mesmo quarteirização, enfim, precarizando cada vez mais as relações de trabalho.

Considerando que as pautas da ONU buscam atingir todos signatários, as discussões ainda não alcançam a população negra afroempreendedora brasileira, a qual compõe a massa da “pejotização”. Contudo, ações da ONU contribuem para a discussão do racismo estrutural como um todo, impactando movimentos da igualdade racial e lutas antirracistas.

⁸³ Para RAMALHO, José; SANTOS, Rodrigo; RODRIGUES, Iran (2019), “como segmento importante da economia brasileira, a partir, principalmente, dos anos 1950, as empresas multinacionais (EMNs) de variados setores têm desempenhado um papel de liderança nos processos de implantação de um padrão flexível de relações de trabalho. Especificamente, as EMNs do setor industrial (em especial, o automotivo) lideraram, nos anos 1980-1990, iniciativas de reestruturação dos empregos, enxugamento das fábricas e questionamento do “custo Brasil”. Com o papel de transformação dos processos produtivos, o movimento das EMNs trouxe insegurança e vulnerabilidade para o trabalhador, que passou a ter novas formas de contratação no mundo do trabalho, fragilizando a sindicatos, influenciando no crescimento da informalidade e aumento a desigualdade social. Esse movimento impactou tem relação com “relacionar as alterações recentes na legislação brasileira do trabalho (principalmente a partir da reforma trabalhista aprovada pelo Congresso Nacional, em 2017) com os interesses das EMNs instaladas no país, a partir do caso da indústria automotiva” (RAMALHO, SANTOS, RODRIGUES, 2019). Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-49792019000200343&script=sci_arttext

⁸⁴O termo “pejotização”, portanto, se origina da sigla de pessoa jurídica, “PJ”, significando a “transformação” de uma pessoa física (empregado) em PJ (empresa). Nessa condição o trabalhador, recebe seu salário ao receber a autorização para emitir uma nota fiscal. Sinuosamente a relação parece comercial, porém esse trabalhador está sujeito a regras de empregado. Todo o plano é conduzido para maior capitalização da empresa, sem custo de manter uma relação funcionário e empregador. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-jul-09/opiniao-culpa-reciproca-empregado-pejotizacao#>

A precarização do trabalho por meios como a pejotização, impacta diretamente na desigualdade social a qual a população negra está imersa. Os microempreendedores são fruto da pejotização, pois saíram de suas funções e sem direito a rescisões trabalhistas e tiveram que manter-se economicamente ativos.

5 DO ENFRENTAMENTO DO RACISMO ESTRUTURAL ÀS AÇÕES DE EMPREENDEDORISMO E CONSUMO

5.1 O AFROEMPREENDEDORISMO E O CONSUMO IDENTITÁRIO

A população negra está inclusa no mercado de consumo⁸⁵, ainda que este não ofereça produtos específicos para suas diferentes necessidades, como por exemplo tratamentos para pele e cabelos ou na área de vestuário, a qual não apresenta diferentes medidas que considerem seus estereótipos de altura e peso. No consumo existe um processo constante de disciplinar uma estética aceitável, item que passa a ser contestado pela população negra, a partir do momento em que esta restaura seu processo diaspórico, reconhecendo sua história e ocupando diferentes espaços na sociedade.

Ações afirmativas somadas à aproximação do Brasil com países africanos, fortaleceram a busca pela origem étnica da população negra brasileira, ampliando debates entre adultos, jovens e crianças sobre o racismo e suas diferentes expressões. Segundo Berth (2019, p.102) “experiências práticas têm mostrado o quanto é difícil o desenrolar de um processo de empoderamento de todo grupo, tendo alguns atores, ainda que conscientizados a respeito da existência da opressão, atuando de forma reducionista e cuidando apenas de erradicar aquilo que o afligem”.

Como já foi debatido, o Brasil é um país racista e este racismo é estrutural. O Estado, pressionado pelo movimento negro por soluções para conter a propagação deste racismo estrutural, impõe leis; como o caso da Lei 10.639/03 — a qual traz a obrigatoriedade do ensino da História e Cultura Afro-Brasileira e Africana⁸⁶. Estas leis

⁸⁵ População negra movimenta **R\$ 1,7 trilhão** no Brasil, revela pesquisa do Instituto Locomotiva. Disponível em: <https://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/populacao-negra-movimenta-r-17-trilhao-no-brasil-revela-pesquisa-do-instituto-locomotiva/>

Reforço com outra notícia revelando que o poder financeiro da população negra está voltado às mulheres negras, as quais movimentam financeiramente **R\$ 704 bilhões por ano** e ainda sofrem com a invisibilidade da publicidade. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/10/negras-movimentam-r-704-bi-por-ano-mas-sao-escanteadas-pela-publicidade.shtml>

⁸⁶ A Lei 10639/03 alterou a Lei de Diretrizes e Bases da Educação ao incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da presença da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Africana". Disponível em: <https://www.ceert.org.br/programas/educacao/lei>

Para Santos (2018), é necessário um olhar para cursos superiores de licenciatura e pedagogia uma vez que “no Estado de São Paulo a Secretaria de Educação (SEE-SP), possui em sua estrutura organizacional um órgão responsável pela formação dos docentes, a chamada Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas (CENP), o qual vigorou de 1976 até 2010 e atualmente foi reestruturado e dividido em duas novas Coordenadorias”. O desmonte da Lei se inicia com a falta de gestão por parte do Estado, que minimiza o problema pulverizando as atividades.

Após mais 15 anos da existência da Lei, também falta preparação de profissionais e materiais de apoio revelando que “a legislação vigente de formação no Estado de São Paulo não auxilia nesta formação da lei

são implantadas sob enorme rejeição, sem qualquer treinamento ou acompanhamento a respeito dos submetidos à mesma e, além disso, parte da sociedade não considera importante a adoção destas leis, fatores que fazem a mesma caminhar a passos lentos.

Não foi e nem será a primeira vez. Sob a latente presença do racismo estrutural, todas as políticas públicas que objetivam a inclusão racial da população negra são dificilmente implementadas pelo Estado, ao passo que são altamente criticadas por parte da sociedade a qual não aceita de forma consciente ou inconsciente a importância desse aprendizado social para o crescimento desta população.

Levando-se em consideração os avanços das políticas públicas de igualdade racial na área da educação, tendo como referência a Lei de Cotas 12.711/2012⁸⁷ — outra Lei que é alvo de críticas até os dias atuais, quando o acesso à universidade pela população negra é ampliado — inicia-se também um processo de ascensão intelectual na procura de trabalhos e salários adequados ao perfil deste profissional, porém essa busca nem sempre é bem-sucedida, como abordado no capítulo 4.2.

Apesar de o racismo à brasileira, o país passa a ter um novo rosto posicionado no surgimento de uma nova classe média, uma classe média negra⁸⁸, reflexo constatado a partir do consumo. Ribeiro (2012, p.45) apresenta uma visão de Matrvs Chagas, quanto as Políticas de Igualdade Racial e surgimento da nova classe média negra:

10.639/03, sendo assim necessária alteração na legislação responsável pela formação dos professores estaduais, para estes professores que durante a pesquisa manifestaram o desejo de realizar mais formação para trabalhar com esta temática. Disponível em: https://www.encontro2018.sp.anpuh.org/resources/anais/8/1529080696_ARQUIVO_RefletirsobreformacaodosprofessoresacercadaHistoriaedaCulturaAfro-Historia.pdf

⁸⁷ Lei 12.711/12 é uma das leis demonstra as expressões do racismo estrutural no Brasil. O Jornal Brasil de Fato (2020) traz um resumo dos números de fraudes: “Foi possível confirmar, via Lei de Acesso à Informação (LAI), que na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), em Minas Gerais, por exemplo, houve 92 denúncias de fraudes às cotas raciais em 2018. No ano seguinte, 2019, o primeiro com a aplicação da heteroidentificação, foram 105 casos suspeitos. Já em 2020, até o dia 22 de junho, a banca já havia analisado 152 possíveis fraudadores. O total são de 349 investigações de inscrições questionáveis. Disponível: <https://www.brasildefato.com.br/2020/08/29/apos-8-anos-universidades-federais-ainda-lutam-contra-fraudadores-da-lei-de-cotas>

⁸⁸ Em 2010 Revista IstoÉ, com base nos dados da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República, revelou que famílias negras, passavam a compor a classe média visto “No total, 35 milhões de brasileiros subiram para essa faixa social na última década”. Em outro trecho abordou “A população negra era maioria absoluta da classe D e com a diminuição da desigualdade nos últimos anos é natural que ela tenha alcançado melhoras econômicas mais substanciais”, diz Renato Meirelles, sócio-diretor do Instituto de Pesquisas Data Popular, que subsidiou a pesquisa da SAE. Disponível em https://istoe.com.br/239738_UMA+CLASSE+MEDIA+MAIS+NEGRA; <http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/05/classe-media-tem-renda-entre-r-291-e-r-1019-diz-governo.html>

o desenvolvimento das políticas raciais no Brasil à luz do momento de maior investimento nas políticas distributivas, que beneficiou parte da população negra brasileira: “As políticas de igualdade racial mesclam-se com as ações de transferência de renda do governo federal. É importante o fato de mais de 30 milhões de pessoas terem saído da classe D e F para a classe C, ou seja, fala-se na formação de uma classe média negra” (RIBEIRO, 2012, p.45).

Dados importantes sobre o consumo da população negra, são demonstrados no **Quadro 2 - Dados do consumo identitário da população negra**, no qual destacam-se: valor de consumo, preferência entre empresas, a importância das ações afirmativas identitárias, o envolvimento da marca com seu consumidor entre outras ações:

Quadro 2 - Dados do consumo identitário da população negra

1,7 trilhão	A população negra movimenta em renda própria – o que colocaria ela sozinha em 17ª maior nação em consumo do mundo
704 bi (R\$)	por ano, esta é a movimentação monetária de mulheres negras
96%	Não comprariam de marcas que de alguma forma não respeitam a diversidade
89%	Preconceito na comunicação não são tolerados
86%	Tem orgulho de ser negro
85%	Preferem marcas que promovam e apoiem iniciativas em prol da diversidade racial
81%	Gostam de produtos que melhorem sua autoestima
67%	Preferem marcas e empresas que tenham valores parecidos com seus
6%	Se sentem representados por propagandas de TV

Estes dados acerca do consumo identitário da população negra foram formulados por meio de dados secundários apresentados em diferentes publicações, sendo elas do Instituto Locomotiva (2018) e PANROTAS (2018), o quadro demonstra o momento quando ações afirmativas autônomas como o FFP, colocam os afroempreendedores no papel central, exercendo o papel de protagonistas, pois existe consumidor para seus produtos. No FFP acontece uma troca, apresenta-se, vende-se e ressignifica pessoas e mercadorias durante o evento (LOBO,2009; BERTH,2019).

Como demonstrado no **Quadro 2 - Dados do consumo identitário da população negra**, a “classe média negra” torna-se potencial consumidora e o

mercado precisa ter um olhar voltado para a diversidade, tornando-se evidente que todos “merecem o mesmo tratamento, respeito e atenção por parte daqueles que querem seu dinheiro” (PANROTAS, 2018). Entretanto, infelizmente, é possível observar o quanto o racismo distancia possíveis clientes. O racismo presente nos mercados tradicionais da moda, por exemplo, faz com que este setor deixe a desejar, situação da qual o afroempreendedorismo tem utilizado com louvor, atendendo as diferentes medidas corpóreas e demandas da maioria da população negra.

O afroempreendedorismo tem as cores como vantagem, seja nas estampas personalizadas aclamando a exposição da arte e cultura negra africana, nos sapatos e roupas de tamanhos compatíveis, nos cremes para cabelos, tinturas, tranças coloridas, maquiagens e acessórios que se aproximam da cor da pele negra e seus diferentes tons, proporcionando uma experiência agradável, criando vínculos e novas oportunidades de negócios. Estes signos (BAUDRILLARD, 1985; LIPOVETSKY, 2007), aproximam o consumidor do afronegócio e na fase hipermoderna, na qual existe o consumo identitário em sintonia com a estética negra, reforçam a afirmação social desta população, atingindo e atendendo consumidores com diferentes poderes aquisitivos.

Grandes marcas, que trabalham a partir da fabricação em escala, buscam tirar proveito deste momento para criar, vender e prender a atenção do negro consumidor, contudo, não se disponibilizam para um relacionamento mais próximo com este consumidor; sendo este mais um diferencial dos afronegócios.

Os afroempreendedores desenvolvem produtos imersos nos saberes de sua comunidade e entregam estes de forma decolonial, esses conhecimentos são validados pela sua própria experiência de vida e recentemente são fruto da busca diaspórica, a qual anseia e/ou compreende o desejo do consumo identitário. Estes valores permitem ao FFP ir além das transações comerciais que ali acontecem, contestando práticas dominantes das feiras em geral, uma vez que o papel do afroempreendedor é ressignificado quando ele se desloca da periferia para centro, levando consigo uma carga enorme de virtudes, as quais estão expostas em seu produto.

Ao considerar o universo de 17 afroempreendedores entrevistados, os dados revelam o perfil social dos participantes da entrevista. O FFP cumpre o papel de divulgação, exposição e comercialização de produtos de diferentes afronegócios.

Diante desta relação com o festival foram extraídos os dados apresentados no **Quadro 3 - Perfil do Afroempreendedor participante da pesquisa:**

Quadro 3 - Perfil do Afroempreendedor participante da pesquisa.

Perfil social	Tipo de Empresa	Ponto de venda físico	Tem funcionários? Se, não, com quem trabalha? Qual função de apoio este assume?
Possui documentação regularizada junto ao Município/Estado/País	Todos os 17 (dezesete) entrevistados são cadastrados como MEI. Por lei o faturamento é de até 81 mil/ano ⁸⁹ .	07 (sete) afroempreendedores possuem loja, atelier, oficina, parceria com loja colaborativa e sorveteria* *Entre os entrevistados a sorveteria é único estabelecimento que já possuiu funcionários registrados e está instalada em local próprio.	Os donos de afronegócios atuam ativamente em suas próprias empresas.
Representado por outra pessoa jurídica e/ou pessoa física		01 (um) afroempreendedor/ra Utiliza-se de representantes com ponto de venda físico em Sorocaba/São Paulo e no estado de Minas Gerais.	Todos entrevistados trabalham com apoio e/ou representação de: cônjuges, mãe/pai, amigas/os, cunhadas/os, filhas/os e irmã/ãos que estão envolvidos diretamente com os afronegócios.
Outros dados		09 (nove) afroempreendedores revelam que circulam com seus produtos em diferentes eventos.	As funções operacionais são: produção, administração, atualização de redes e ajudante As funções estratégicas são: designer de produto, sócia e parceira de negócios.

Fonte: Entrevistas realizadas pela autora nos dias 18, 19 e 20 de novembro/2018 na 17ª edição do FFP.

Uma vez feito este extrato das entrevistas, compondo dados coletados na 17ª edição do FFP, pode-se compreender que o afroempreendedor depende de seus pares para lidar com os desafios de operação, produção, administração entre outras atribuições do negócio.

Outro dado identificado ao longo da pesquisa é que as mulheres negras compõem a maior parte dos afroempreendedores do festival, todavia reforço que economicamente elas estão na base da pirâmide com piores empregos e salários, superando o racismo estrutural. Quando falamos de apoio a estes empreendimentos,

⁸⁹ No processo de formalização de negócio, normalmente, pequenos empreendedores se inserem nesta rede de negócios pela modalidade MEI, situação em que uma pessoa física que possui um CPF pode abrir uma empresa e comercializar seus produtos e não há necessidade emitir nota fiscal, porém seu faturamento não pode ultrapassar 81 mil reais por ano. Caso a MEI não tenha faturamento, a microempresa continuará válida. Fonte: SEBRAE (2019).

as mulheres também são maioria, realidade que persiste na observação realizada na 18ª edição do FFP.

A mulher negra brasileira sofre um duplo preconceito — tanto por gênero quanto por raça — além de outras razões de discriminação não detalhadas nesta pesquisa. A socióloga Marcia Lima (2006) “aponta uma série de obstáculos para ascensão desse grupo social, desde a dificuldade de inserção no mercado de trabalho até a profunda defasagem em termos de rendimento” (LIMA, 2006, p.59). Ainda sobre a mulher negra na questão do empreendedorismo, a autora corrobora “em relação ao comércio de mercadorias, as mulheres brancas estão mais formalizadas do que as pretas e pardas, além de apresentar um percentual muito mais significativo como empregadoras” (LIMA, 2006, p.62).

A crescente presença feminina no universo do empreendedorismo brasileiro se dá pela renda, pois esta mulher, com o sem ajuda financeira, cuida de sua família, enfrentando jornadas no mínimo duplas. Seguindo o ritmo de criação, vendas, produção e entrega de produtos, somado aos afazeres domésticos, as mulheres negras se distanciam da formação qualificada, ao ponto de não ter certeza acerca das vantagens e desvantagens em relação à formalização de seu negócio.

Os trabalhos realizados por mulheres e demonstrados em locais turísticos têm contribuído para a abertura de mercado no setor. Os trabalhos coletivos como feiras étnicas têm chamado atenção dos turistas como uma oportunidade de experienciar a cultura local, seja através da gastronomia, vestimenta, artesanato ou diferentes manifestações artísticas.

A Revista Você S/A (2018) aponta os termos utilizados por empreendedores da periferia como Vale do Silêncio (ironia que faz menção ao Vale do Silício/Califórnia e traz à tona o contraste da exclusão destes empreendedores da periferia, que em sua maioria são negros) e o fenômeno Periferia S/A (quanto ao surgimento dos negócios especificamente em favelas):

a ascensão do Vale do Silêncio é fundamental citar o acesso à internet (que democratizou o conhecimento e a informação as políticas públicas voltadas à educação e o aumento do poder aquisitivo das famílias nos últimos dez anos” com cerca de “7 milhões de pessoas com ensino superior” houve alteração nas classes sociais e “entre 35 milhões de cidadãos das classes D e E emergiram para classe C, experimentando uma evidente melhora na qualidade de vida (REVISTA VOCÊ S/A, 2018, p.20).

O termo Vale do Silêncio é válido para o afroempreendedorismo, que em sua maioria nasce a partir de empreendimentos em comunidades periféricas, marcados pela presença dos afroempreendedores, os quais se deslocam para o CHT tendo em vista a captação de clientes, como aponta o **Gráfico 1 - Localização comercial dos Afroempreendedores entrevistados:**

Gráfico 1 - Localização comercial dos Afroempreendedores entrevistados.



Fonte: Entrevistas realizadas pela autora nos dias 18, 19 e 20 de novembro/2018 na 17ª edição do FFP.

Ao serem questionados a respeito de sua localização comercial, os afroempreendedores entrevistados, em sua maioria, responderam que produzem na própria residência, mesmo considerando a falta de infraestrutura física.

No gráfico, a pesquisa aponta que em termos regionais, 82% do universo de pesquisa está atuando na região sudeste do país (São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais) e os demais entrevistados estão no Nordeste (Bahia e Pernambuco).

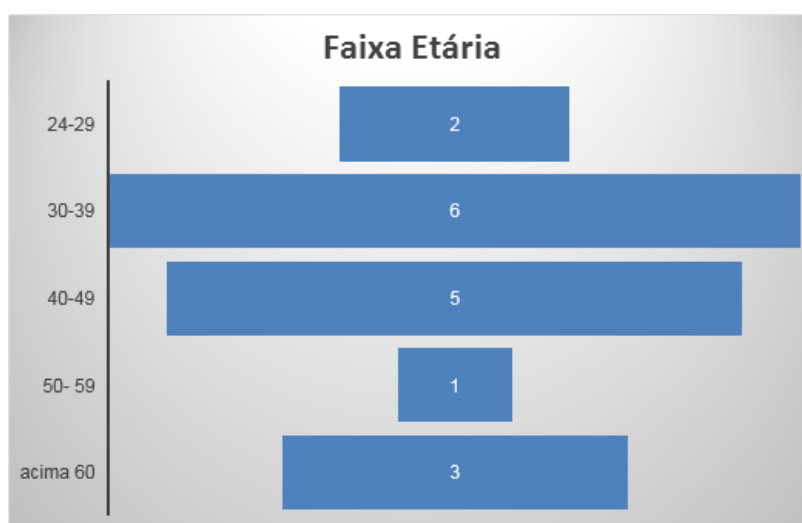
Com o intuito de uma melhor conexão entre os afroempreendedores, foi importante observar o *layout* dos stands na 17ª edição do FFP, o qual foi dividido por regiões. Todavia, os afroempreendedores da região sudeste foram privilegiados com o corredor central, ao passo que os da região nordeste ficaram em desvantagem, numa sala anexa. Os empreendedores questionaram, uma vez que os consumidores chegavam por último na sala anexa, fator que compromete a oportunidade de venda.

Identifico este ponto como um ruído entre a organização e o afroempreendedor, em razão de no dia do evento ser visível esta disposição desvantajosa.

A Revista Panrotas (2018, p.18), especializada em turismo, aponta que o “levantamento da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizado pelo SEBRAE em 2017, mostra que os negros formam o maior contingente de empreendedores de micro e pequena portes no Brasil. Eles representam 38,8% dos pequenos negócios do País” . . . “Essa parcela também é mais jovem, com empreendedores negros com até 34 anos...”.

Confirmando os dados do GEM (2017), o **Gráfico 2 - Idade dos Afroempreendedores entrevistados** demonstra que entre os 17 afroempreendedores entrevistados existe um número relevante de jovens na faixa etária até 34 anos, chegando a 7; este número se repete na faixa etária de 35 à 60 anos. Acima de 60 anos temos 03 afroempreendedoras, sendo 02 aposentadas e 01 não aposentada e que cuida de mais de um empreendimento:

Gráfico 2 - Idade dos Afroempreendedores entrevistados



Fonte: Entrevistas realizadas pela autora nos dias 18, 19 e 20 de novembro/2018 na 17ª edição do FFP.

A falta de emprego é o motivo que mais aparece quando a pergunta é sobre “por que empreender?”. Para a maioria dos entrevistados o próprio desemprego, o do seu parceiro(a) e/ou de quem divide a renda financeira foi a principal razão para empreender. Na maioria dos casos existe uma relação de parentesco, para Lyra (2005) “atrelado a família a economia familiar e o trabalho, atuam nesta rede de comércio como forma de sobrevivência”.

No que diz respeito a ação empreendedora de aposentados no Brasil, considera-se válida, uma vez que a renda financeira do aposentado não atinge um valor capaz de extinguir a necessidade de trabalhar e como dizem: “viver na sombra”⁹⁰. Além de não ter ganhos suficientes para a vida tranquila, ser aposentado no Brasil soma-se à discriminação por idade, acarretando o sentido pejorativo, como se fosse um indivíduo inválido, incapaz de trabalhar, produzir e criar. No entanto, os aposentados continuam a pagar suas “contas” e nesta lógica empreender é uma alternativa.

Para Lipovetsky (2007), a “hipermodernidade multiplicou temporalidades divergentes”. Em uma constante busca pela qualidade de vida, a saúde e o bem-estar estão em alta. A partir desta visão nos deparamos com a longevidade, fator que para o hiperconsumismo não culmina na exclusão do indivíduo. Estudos científicos contribuíram para a criação de produtos capazes de oportunizar o consumo em qualquer momento da vida, revitalizando este indivíduo para diferentes experiências.

Desta forma é possível observar jovens e idosos no mesmo ambiente de negócios, realizando diversas atividades econômicas, similares ou diferentes, porém buscando objetivos em comum, ambos estão à procura do sucesso e realização. Para Boaventura (2009), as epistemologias do sul resistem e criam alternativas, aqui também encontro suporte na lógica da “ecologia do saber” (BOAVENTURA, 2009), na qual a pluriculturalidade estimula a diversidade dos conceitos, quebrando a razão única da ciência.

Compreendo que para empreender não se estipula idade e gênero, além de que os desafios das relações negócios enfrentados pela população negra, infelizmente, são etapas já previstas para afroempreendedor.

Uma das etapas das relações negócios na qual os afroempreendedores apresentam maiores dificuldades está apresentada no **Quadro 4 - Desenvolvimento do negócio por meio de fomento e/ou investimento**, o qual demonstra a existência de uma nítida dificuldade de captação de crédito, conforme relatado pelos afroempreendedores:

⁹⁰ Viver na sombra, dito popular para viver sem trabalho, visto que estamos num país tropical e a sombra seria um lugar confortável e produzido pela natureza sem custo.

Quadro 4 - Desenvolvimento do negócio por meio de fomento e/ou investimento

Respostas	Observações
Utilizou dinheiro público e/ou privado	<ul style="list-style-type: none"> • já fiz dois investimentos pelo Banco Caixa Econômica e foi tranquilo. • hoje o banco quer dois empresários para fazer o empréstimo; • já tive interesse, mas neste momento não vejo precisão; e • SEBRAE é uma das plataformas para conseguir investimento
Não utilizou dinheiro público e/ou privado	<ul style="list-style-type: none"> • mas já pesquisei; • eles não abrem crédito para negros; • tenho medo de me endividar; e • SEBRAE tem curso sobre investimentos
Investimento pessoal	<ul style="list-style-type: none"> • todos entrevistados utilizaram
Outros	<ul style="list-style-type: none"> • nenhum dos afroempreendedores entrevistados fez referência a associação de classe que apoiem a capacitação quanto de recursos financeiros.

Fonte: Entrevistas realizada pela autora nos dias 18, 19 e 20 de novembro/2018 na 17ª edição do FFP.

Para entender como foram concebidos os afronegócios, analisei se houve algum fomento, investimento, uso de investimentos pessoais e/ou apoio de associação de classe que promova a captação de recursos financeiros, seja pela abertura de oportunidades através de editais de incentivo ou de outras formas. Nesta análise é possível perceber um certo distanciamento do afroempreendedor, em suas relações negócios, com o mercado financeiro privado ou público.

As operações de crédito e financiamento no mercado financeiro estão atreladas a uma garantia e/ou altos juros, uma vez que existe a possibilidade de inadimplência por parte do tomador de empréstimo, seja pessoa física ou jurídica. Nesta pesquisa identifiquei que o afroempreendedor prefere não trabalhar por meio do depósito de garantias e/ou altos juros, pois não tem a pretensão de colocar seus bens em risco. Todavia, a partir de uma falsa sensação de estabilidade financeira, opta por pedir empréstimo entre familiares e amigos, sem o ônus dos juros.

Em 26 de outubro de 2019 estive no evento “Dia do Afroempreendedor”⁹¹ (ANEXO H — Evento Câmara Municipal da cidade de São Paulo - Dia do Afroempreendedor -

⁹¹ Palestras tratam da relevância do afroempreendedorismo. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/palestras-tratam-da-relevancia-do-afroempreendedorismo/>

Foto/Convite/Certificado), realizado na Câmara Municipal dos Vereadores de São Paulo (CMSP), quando em meio a centenas de afroempreendedores foi revelado pelo palestrante, Sr. Maurício Pestana⁹², diretor da Revista Raça, que existe por parte dos afroempreendedores desconhecimento a respeito de leis de incentivo. Na sequência o palestrante apresentou leis que apresentam oportunidades comerciais que podem auxiliar o afroempreendedorismo, sendo elas:

a) Na esfera federal

- Lei 10.639/03 Estudo da história e cultura afro-brasileira
- Estatuto da Igualdade Racial

b) Na esfera estadual

- Governo Estadual por meio da parceria Sebrae e DesenvolveSP, promove fomento por meio do programa “Juros Zero Empreendedor” o qual libera recursos de R\$ 1.000,00 à R\$ 20.000,00 com carência e sem juro nenhum;

c) Na esfera municipal

- Plano Municipal de Promoção da Igualdade Racial (PLAMPIR), prevê a secretaria social, econômico e o trabalho apoia iniciativas de afroempreendedores.

O evento trouxe uma contribuição importante na direção de abrir os horizontes dos afroempreendedores presentes, porém o grupo era seletivo, não atingindo todos aqueles que necessitam desse conhecimento. Se engana quem acredita que, diante do racismo estrutural, somente a raça alimenta este distanciamento do conhecimento. Jessé Souza (2009) contribui com obra “A ralé brasileira”, trazendo o retrato de quando a ralé não tem informações básicas e necessárias provenientes do Estado, fator que dificulta a apropriação de direitos — como ler, compreender e aplicar proposta para concorrer em editais, por exemplo, que tradicionalmente propõem uma linguagem inacessível utilizando-se de termos jurídicos.

As respostas compiladas no **Quadro 4 - Desenvolvimento do negócio por meio de fomento e/ou investimento** demonstram que ainda não existe uma manifestação desta categoria de empreendedor na busca de incentivos para desenvolvimento da atividade. Contudo desde setembro de 2019, conforme publicado

⁹² Maurício Pestana jornalista e CEO da Revista Raça, foi o palestrante do Dia do Afroempreendedor. A Revista Raça foi a primeira revista brasileira segmentada para o público negro. Disponível em: <https://revistaraca.com.br/afroempreendedorismo-tem-seu-dia-em-forma-de-lei-em-sao-paulo/>

no D.O.U. e comentado anteriormente, fica instituído no Estado de São Paulo a “Política Estadual de Fomento ao Afroempreendedorismo”, a qual apresenta dados do crescimento do afroempreendedorismo e a importância de criação de um conselho de classe.

Vale ressaltar que a maioria dos afroempreendedores está formalizada como Microempreendedor Individual (MEI), o que lhe impõe um limite de faturamento anual como regra. Para possibilitar uma possível participação de MEIs, este conselho deve articular a respeito de editais que balizem valores e documentação adequada a este perfil.

O município onde o MEI é instalado tem autonomia e regras para utilização de espaço físico, definindo cobranças de impostos. O processo para abertura da MEI é regulamentado desde 2008 pela Secretaria da Fazenda (SEFAZ), com o objetivo de sanar a informalidade nos negócios, uma vez que o órgão controla toda rotina financeira de pessoas físicas e jurídicas no Brasil. Um dos maiores apoiadores deste projeto junto a SEFAZ é o SEBRAE⁹³, que apoia os microempreendedores em organizar seus negócios.

O SEBRAE expõe em seu site que não é uma agência de fomento e que nenhum recurso financeiro é disponibilizado pelo mesmo, entretanto, apesar da maioria dos afroempreendedores, de certa forma, não ter conhecimento a respeito de instituições de fomento e assumirem um despreparo para iniciar seus negócios, esta parcela confia ao SEBRAE este tipo de investimento.

Em uma busca simples no site Google podemos verificar que o SEBRAE, ainda que não ofereça o investimento monetário, proporciona cursos de gestão financeira. Acredito que neste momento, por falta de conhecimento, exista um desencontro de informação — algo observado no decorrer das entrevistas e, inclusive, no percurso empreendedor da idealizadora do FFP.

⁹³ O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos. É um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. “Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte. . . **não é uma instituição financeira, por isso não empresta dinheiro.** Articula (junto aos bancos, cooperativas de crédito e instituições de microcrédito) a criação de produtos financeiros adequados às necessidades do segmento. Também orienta os empreendedores para que o acesso ao crédito seja, de fato, um instrumento de melhoria do negócio” (SEBRAE, 2020) Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos.

Outras modalidades de empresas pequenas empresas são: microempresa (faturamento anual até R\$ 360 mil) e empresa de pequeno porte (faturamento anual entre R\$ 360 mil à R\$ 4,8 milhões).

Existe um *déficit*⁹⁴ quanto à gestão financeira dos micronegócios, porém, de maneira perversa, o Estado e as instituições financeiras não se aproximam dos afronegócios, pois estes, além de pequenos, carregam consigo o estigma do negro brasileiro e as ações de microcrédito não são efetivas ao considerar sua realidade, que é o caso da avaliação do imóvel para concessão de crédito, por exemplo. Este distanciamento das instituições financeiras é motivado pelo “racismo estrutural” (Almeida, 2018), o qual perfaz a lógica e influencia no desenvolvimento deste mercado e também na participação do negro nos meios de produção.

Dados da entrevista apontam que os empreendedores que, de maneira geral, viveram uma vida simples, com pouco ou quase algum recurso, admitem que a aproximação com instituições financeiras é uma dificuldade constante. Por outro lado, talvez esta aproximação teria que ser trabalhada através de um modelo de projeto de inclusão, tornando este acesso ao banco um momento para expor suas dificuldades financeiras, numa relação cliente *versus* consumidor, por meio de uma negociação fluida capaz de garantir bons negócios para ambos os lados.

Em janeiro de 2020, passando pela rua, resolvi entrar no banco Caixa Econômica Federal, no intuito de sentir e entender melhor a situação do afroempreendedor. No entanto, a sensação foi de desconforto e distanciamento por parte da gerente. Me recordo que existem *folders* dispostos no *display* (ANEXO I — *Folders* dispostos no *display* da agência bancária) com dizeres sobre microcrédito e imagens de afrodescendentes sorridentes, os quais não refletiam meu momento ali.

Já dentro do banco, perguntei com quem poderia conversar sobre microcrédito; me mudaram de sala, fui leva a um ambiente onde haviam três pessoas do banco, a gerente e mais duas pessoas, brancas. O fato de as pessoas serem brancas e não entenderem diretamente a realidade do afroempreendedor tem implicação direta com o empréstimo e/ou crédito concedido. Durante a conversa a gerente não me pareceu conhecer a realidade da população negra; apesar de não esperar algo detalhado, recordei-me das falas de distanciamento levantada nas entrevistas.

Para a pergunta “como conseguir o microcrédito?”, o primeiro item solicitado foi a relação de faturamento/anual. Como observado anteriormente neste mesmo capítulo, o MEI não precisa ter faturamento para estar ativo e este investimento

⁹⁴ *Déficit* é o resultado que se apresenta negativo, com diferença do foi que planejado.

poderia ser o princípio de negócio. Debates e ações antirracistas são importantes dentro de instituições financeiras que almejam clientes à procura de serviços de microcrédito e queiram ser inclusivas, o acompanhamento de discussões antirracistas os ajudará a desvendar os diferentes modos de vida e necessidades do seu público-alvo.

O banco, no papel de instituição financeira, se propõe a fazer o microcrédito, contudo não contempla seus colaboradores com o conhecimento a respeito do número crescente de negros que poderiam utilizar o serviço, deixando uma lacuna entre a instituição e estes cidadãos. O banco norteia uma ação cidadã, porém, diante da pesquisa, a população negra não avança nos programas de microcrédito. Para Souza (2009), “ainda que a escravidão, sem dúvida, dificulte enormemente a entrada no mercado capitalista dos ex-escravos, o verdadeiro problema é a inexistência de qualquer política ou consenso social no sentido de reverter este quadro” (SOUZA, 2009, p. 403).

Para a continuidade da avaliação de empréstimo disseram que teria que ter uma conta jurídica e na sequência viriam até meu endereço avaliar a possibilidade do investimento. A conta jurídica, sem nenhuma confirmação de aprovação do microcrédito, teria o custo de R\$ 99,00 (noventa e nove reais) mensais. Uma taxa mensal cara, sem a certeza da aprovação do microcrédito e somada à avaliação da residência validou o distanciamento do afroempreendedor deste ambiente. Novamente recorro ao termo “ralé brasileira”, a qual não pode dispor de R\$ 99,00/mês sem correr o risco de faltar o básico em casa.

Com o intuito de amenizar esta dificuldade, a comunidade negra — através de oficinas como a AFROLAB do Instituto Feira Preta, AFROHUB, Movimento Black Money, entre outras ações — frequentemente reúne afroempreendedores para discutir estratégias de negócios. Atualmente, o coletivo negro NO-FRONT apoia os afroempreendedores com discussões sobre administração financeira, com agenda semanal e gratuita no SESC Santana.

Para Boaventura (2009), já se desperdiçou muita experiência social e reduziu a diversidade epistemológica cultural e política no mundo. Perdemos a autorreferência, momento em que a comunidade negra apoia os afroempreendedores a estabelecerem relações comerciais mais sólidas, considerando também a resgate histórico deste afronegócio no enfrentamento do racismo estrutural.

De acordo com o SEBRAE (2019), o microcrédito “viabiliza negócios em camadas sociais de menor renda, normalmente sem acesso ao sistema financeiro tradicional” entre suas características é encontrado a “simplicidade e agilidade na análise, aprovação e liberação de recursos”. A utopia está na relação das instituições financeiras disponibilizada pelo SEBRAE, as quais trabalham com o programa de microcrédito, contudo parecem desconhecer o conceito de aquisição do crédito e as dificuldades da população negra. As instituições financeiras que oferecem o serviço são: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco Bradesco, Banco Itaú, Banco Santander e Banco do Nordeste.

No evento Dia do Afroempreendedor, o Sr. José Luiz Gonçalves, responsável pelo desenvolvimento econômico do Programa Próspera de microcrédito, do Banco Santander, levantou que “a cultura de microcrédito é maior no Nordeste, em São Paulo destacam-se o bairro de Paraisópolis devido a uma ação específica no comércio da região e em seguida vem a região mais populosa da cidade, a zona leste”.

Reforço que as periferias capitalistas não estão limitadas aos negros, apesar destes serem maioria. Almeida (2018) traz uma reflexão importante sobre o branco periférico e sua linhagem, na qual existem negros e/ou índios para lhe imprimir defeito: “o pavor de um dia ser igualado a um negro é um verdadeiro fardo que carrega o homem branco da periferia do capitalismo e um dos fatores que garante a dominação política, econômica e cultural dos países centrais” (ALMEIDA, 2018, p.61).

Recentemente o *marketplace*⁹⁵ Mercado Livre (2019) afirmou que o mercado de pequenas e médias empresas “convive há anos com dinheiro cada vez menos disponíveis em fontes tradicionais” e, diante desta realidade, resolveu captar investimento pelo BID Invest, do Grupo Banco Interamericano, e pela provedora de crédito privado Capitalys. Este ambiente de venda foi oferecido aos afroempreendedores como uma extensão das vendas durante o evento, por tempo determinado, de acordo com os entrevistados durante a 17^o edição do FFP, os quais haviam participado da oficina de capacitação do AFROLAB.

O Quadro 4 - Desenvolvimento do negócio por meio de fomento e/ou investimento revela que além de conhecimento, é necessária uma formação focada

⁹⁵ *Marketplace* é um espaço online para comercialização que utiliza diferentes formas de pagamento como cartões, boleto, pontuações entre outras. Em 2018, o Mercado Livre disponibilizou “245 milhões de reais em financiamento para os vendedores em seu *marketplace*”. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=%E2%80%9C245+milh%C3%B5es+de+reais+em+financiamento+para+os+vendedores+em+seu+marketplace>

na parte de desenvolvimento do negócio, para impulsionar o afronegócio, uma vez que os afroempreendedores são a maioria em empresários no Brasil, porém nossa renda está aquém deste fato (REVISTA MERCADO, 2018; PANROTAS, 2018; REVISTA VOCÊ S/A, 2018).

Muitos dos entrevistados precisam da solidariedade familiar para vencer o desafio financeiro de repor estoque ou atender uma encomenda de última hora, pois sem investimento não conseguem contratar uma equipe e produzir em larga escala.

Segundo o que foi mencionado pelos afroempreendedores, as campanhas de grandes redes de lojas do setor vestuário se apropriam da “moda afro”, tornando o afroempreendedorismo vulnerável diante da concorrência. Assim, o racismo — construído por ações conscientes e inconscientes — fundamenta a forma de raciocinar, uma vez que o negro tem sua posição de empreender questionada nas relações de negócios.

Ao entrevistar 17 afroempreendedores, me surpreendi quando 14 deles afirmaram não conhecer as agências de fomento/investimento. Deste universo de 14 pessoas, somente 02 afirmam conhecer, porém não fizeram uso e somente 01 afroempreendedor fez uso do serviço de microcrédito.

Este afroempreendedor de 32 anos, que utilizou o serviço, disse:

Sim, já fiz dois investimentos no meu negócio pelo Banco Caixa Econômica, foram tranquilos. Hoje por causa da crise, o banco quer 2 (dois) empresários para fazer o empréstimo. (Entrevista realizada em 20/11/2018, em Festival Feira Preta, com afroempreendedor, Homem Negro, 32 anos).

Quando as pesquisas abordam empreendedores por necessidade e oportunidade, existe uma máscara neste resultado; talvez por a palavra necessidade remeter à pobreza, criando uma ideia lúdica de que ser empreendedor seja uma melhor condição. Todavia, no decorrer desta pesquisa existe a descoberta de um perfil jovem, sem oportunidade para mostrar seu potencial no mercado formal. Desta forma os afroempreendedores criam seus negócios, para vencer a lentidão das ações afirmativas que não os absorveram ou valorizaram seu talento profissional.

Em 2016, o Instituto Geledés fez uma análise sobre o mercado do empreendedor negro e também identificou gargalos: “infelizmente os negros empreendem em setores de menor lucratividade e muitas vezes sem planejamento...

outro aspecto se os negros estão empreendendo por necessidade, muitas vezes é porque perderam seus empregos formais e precisam sobreviver” (GELEDÉS, 2016).

Diante de diferentes limitações nos negócios, os afroempreendedores entrevistados demonstram no **Quadro 5 - Comunicação entre Afroempreendedores e clientes** algumas de suas tratativas comerciais. Percebe-se que o afroempreendedor tem facilidade em se conectar com seus clientes através de redes sociais, por meio de aplicativos de internet, com baixo custo para divulgação dos seus trabalhos. Por trabalharem em rede, criam dentro de sua comunidade oportunidades de vendas, sem necessidade das extravagantes estratégias comerciais de alta *performance*, facilitando o pagamento e também a entrega.

Quadro 5 - Comunicação entre Afroempreendedores e clientes

Comunicação por:	Promoções	Metas	Editais
16 Afroempreendedores utilizam-se de redes sociais como: WhatsApp, Instagram, Facebook e Twitter.	a) Frete grátis/período do FFP; b) 25% desconto/período do FFP; c) Preço atende a qualidade do produto; d) Preços diferenciados para popularizar nossa cultura; e) Nosso povo vem comprar e não tem condições agora, irei manter o preço na rede social; f) Nosso povo é tudo, porém estamos em crise; e g) Só vendo o que compraria, não ponho valores absurdos;	h) 03 Afroempreendedores, dizem ter metas, porém não revelaram este controle;	i) 03 Afroempreendedores participação de editais colaborativos, pois não tinha capital; j) 01 Acredita que o Festival Feira Preta seja um edital:
Site e/ou E-mail	k) Não se aplica		
01 (um) Afroempreendedor/a utilizam boca a boca	l) Preço promocionais com jogadas (modificações de ingredientes);		
02 (dois) Afroempreendedores utilizam panfletagem/folders	m) Faço panfletagem e não utiliza outros meios de comunicação		

Fonte: Entrevistas realizada pela autora nos dias 18, 19 e 20 de dezembro/2018 na 17ª edição do FFP.

Apesar do baixo investimento em ações comerciais e sem metas agressivas, os afroempreendedores utilizam-se de práticas consolidadas de sua vivência como consumidor, como a estratégia de manter o frete gratuito durante o período do evento, a encomenda de produtos para pagamento posterior ao evento e a adesão de preços promocionais. Tudo isso somado à sensibilidade dos afronegócios — proveniente das

dificuldades da população negra — identificada quando as respostas vão em direção a “estamos em crise”, “sem condições de compra” e “não ponho valores absurdos”.

Quanto aos editais, a participação colaborativa identificada na entrevista estava relacionada à contribuição com apoio na prestação de serviço, no papel de colaborador e não de afroempreendedor. O entendimento sobre o FFP como edital está relacionado ao apoio público da SMTur que o evento recebe, porém, como discutido anteriormente, o evento é uma ação autônoma que recebe da secretaria apenas autorização relacionada ao uso de serviços básicos para realização do evento.

Na pesquisa identifiquei uma demanda urgente em vista da manifestação dos afroempreendedores na busca fomento, facilidades nos negócios e abertura para relações comerciais duradouras, como um espaço exclusivo para afroempreendedores, por exemplo. Itens que poderiam ser articulados por alguma associação de classe e/ou instituição que compreenda e abrace as necessidades destes empreendedores, apoiando ações de desenvolvimento e promoção de seus produtos e serviços.

Diante destas considerações, acredito que a publicação do D.O.U de setembro de 2019 — que instituiu o conselho para tratativas da política de fomento para afroempreendedorismo — é um passo interessante. Porém o assunto precisa ser ampliado, tendo em vista que as discussões ainda circulam entre um grupo pequeno de afroempreendedores da cidade de São Paulo.

Outra instituição a qual pode ajudar na articulação é a Câmara de Comércio da Indústria e Serviço do Empresário Negro (CCISEN). Fundada recentemente em São Paulo, a CCISEN, desde junho de 2018, promove encontros e rodadas de negócio. A câmara entende o afroempreendedorismo como uma “tendência da modernidade, pois a evolução está baseada em identidade e conhecimento – com mais informações, as pessoas reconhecem suas origens e diversidade” (Site CCISEN, 2019).

Dados da entrevista demonstram que somente uma afroempreendedora possui loja física em local próprio, um afronegócio da área de alimentação, localizado no bairro da Penha, em São Paulo. Abaixo seguem trechos da entrevista com a afroempreendedora de 52 anos, sócia no empreendimento com seu marido:

Para iniciar novo negócio, frequentamos cursos para capacitar-nos como empreendedor SEBRAE, e cursos na área de alimentos. Eu sou

funcionária pública, poder estadual. O capital para iniciar novo negócio partiu da minha renda mensal de funcionária pública. Usamos nossa renda familiar... Eu não parei de trabalhar para empreender. Até porque precisamos desse suporte para dar continuidade ao negócio. Meu marido, antes de começarmos a empreender, era taxista, depois parou de trabalhar porque era difícil e complicado continuar a trabalhar e produzir. Já que é ele que produz (sozinho), todo alimento que vendemos. Não conheço nenhuma agência de fomento. E nunca utilizei recursos outros recursos financeiros para gerir meu negócio... Nunca participei de nenhum edital de incentivo ao empreendedor. Para o Festival Feira Preta, participamos com preços promocionais sim, pois a situação do próprio país nos direciona a isso. A dinâmica usada para manter contato com visitantes é a qualidade do nosso produto: esforço em melhorar sempre formas de atendimento ao público, redes sociais. Canais e meios de comunicação sempre redes sociais (Instagram e Facebook) e o boca-a-boca. Iniciamos nosso negócio com solidariedade familiar, mas todos eram remunerados para tal. Já tive funcionários, mas as taxas para manter um funcionário são muito altas e de extrema responsabilidade. Hoje seguimos somente eu e meu marido. E só contratamos pessoas para trabalhar como freelancer nos eventos. Discriminação faz parte do dia a dia de qualquer empreendedor negro. Antes de ser empreendedor já temos que lidar com essa dinâmica, jogo de cintura para nos manter em pé. Ser empresário negro... ser empresário negro no Brasil, acho até que ser empresário negro no mundo, é como matar um leão por dia, temperar, servir e ainda ter que lavar a louça! Ah... e sem reclamar muito para não piorar. (Entrevista realizada em 20/11/2018, no Festival Feira Preta, afroempreendedora, Mulher Negra, 52 anos, empresa do setor de alimentação).

Os desdobramentos relatados se aproximam das dificuldades enfrentadas pela maioria dos afroempreendedores, alguns dados que podemos extrair da entrevista são: qualificação específica para o empreendimento, crescimento do negócio identificado quando o sócio abre mão do emprego para seguir, ter um espaço próprio para atividade comercial que não é sua residência, sobrecarga de imposto “taxas” a qual dificulta a contratação e manutenção de funcionários.

O desenvolvimento de uma atividade com maior organização e perspectiva de crescimento não vai impedir o afroempreendedor de enfrentar desafios. Este afronegócio, ainda que sem funcionários e comprometido a atender o FFP, fortaleceu a circulação do dinheiro na comunidade negra, contratando uma equipe de *freelancers* afrodescendentes, assunto tratado no Capítulo 4.1.

Para o crescimento dos afronegócios é necessário suporte, uma vez que sua atividade se inicia a partir das dificuldades do microempreendedor negro e caminha por uma relação de negócio implicitamente carregada pelo racismo estrutural. O apoio do SEBRAE é limitado e com o crescimento de seus negócios o afroempreendedor

sente-se abandonado. Perceba que existe uma lacuna enorme entre uma ordem de faturamento de R\$ 81 mil — classificado como microempreendedor sem funcionários e isento de taxas — e o nível de microempresário, o qual estabelece o faturamento de até R\$ 360 mil, com perfil para contratação de funcionários e sem isenção de impostos. Silva (2016) também questiona esta fase do empreendedorismo em sua pesquisa, levantando a falta de suporte do Estado.

Os afronegócios devem se desenvolver estabelecendo rastros estratégicos capazes de serem usados em negócio de diferentes tamanhos, a parceria inconsciente que existe entre a comunidade negra para se fortalecer deve prevalecer para atender o consumo identitário. A fase hipermoderna do consumo possibilita que o dinheiro de negros circule do grande para o pequeno negócio, seja do empreendedor ou do empresário, para investir ou comprar.

A distância entre os negócios comandados por negros não é saudável para comunidade, que desassistida pelo Estado precisa se reinventar. Ainda que sem uma meta tão audaciosa em relação a valores de faturamento, apenas atendendo ao nível microempresário, o produtor negro e o fornecedor negro podem se reconhecer nesse mercado e contratar negros, além de estabelecer parcerias formais entre empresas, fortalecendo a comunidade. O desafio, também revelado pela afroempreendedora entrevistada, é que esse abandono do Estado traz espaço para a formação de uma associação de classe e/ou apoio efetivo aos afronegócios.

5.2 AFIRMAÇÃO SOCIAL: ANÁLISE SOBRE A IMAGEM DA POPULAÇÃO NEGRA

Os pós abolição não trouxe nenhuma política de inclusão, a população negra ficou à própria sorte para se reconstruir, não havendo qualquer apoio do Estado para saída da senzala em direção a uma habitação e trabalho digno, educação, saúde entre outras necessidades básicas. Enquanto tentava adequar-se à nova realidade, sua cidadania era questionada por diversas “manifestações racistas e de discriminação racial” (RIBEIRO, 2002, p.71).

Numa tentativa de entender as “expressões de racismo” (ALMEIDA, 2018) em São Paulo, a obra *“O negro no mundo do Branco”*, revisada pela antropóloga Lilia Schwarcz em 2007, traz o recorte temporal de 1920 à 1983 no estado de São Paulo,

revelando o quanto a esta população contribuiu para o desenvolvimento do estado de São Paulo.

Schwarcz (2007) revela que o negro estava a todo tempo reproduzindo o capital “nas formas e funções da escravidão como instituição econômica social” diante da lógica dominante, porém passa a ser notado quando “... a presença negra se avoluma, em São Paulo, dentro de um contexto histórico no qual os padrões de acomodação racial, vigente em todo mundo colonial brasileiro, começava a se tornar ineficientes e, com o tempo, inviáveis” (FERNANDES & SCHWARCZ, 2007, p.154).

Outra informação, que não apresenta números, mas é de extrema importância, é o fato de ser impossível identificar toda a contribuição do homem negro para a riqueza, desenvolvimento e consolidação do Estado de São Paulo. Assim, podemos elucidar como — de maneira perversa — foram atribuídos ao negro paulistano o insucesso e a incapacidade. Diante deste cenário, ao longo do tempo ele passa a ser substituído pelo homem branco, o qual aos poucos se integra aos seus pares, sem mudanças de hábitos e num ambiente de harmonia social.

Ribeiro (2012) baseia sua afirmação sobre racismo em obras anteriormente discutidas por Kabengele Munanga e Nilma Lino Gomes, as quais definem a “existência do racismo, como uma doutrina de supremacia racial, um comportamento aversivo, resultante por vezes do ódio direcionado a pessoa que possuem um pertencimento racial observável, por meio de sinais, tais como a cor da pele, tipo de cabelo e formato do olho...” (RIBEIRO, 2012, p.21) — sinais estes que impactam diretamente nas oportunidades e no poder econômico da população negra.

Fator que opera nas instituições brasileiras como um *apartheid*, mostrando-se necessário fazer contas mirabolantes para encontrar negros atuando em diferentes setores da economia. Por consequência, o afroempreendedorismo conquista adeptos, como uma (re)ação da população negra em solucionar este problema social, econômico, político e cultural.

Para Almeida (2018), “o fato é que a noção de raça é um fator político importante, utilizado para naturalizar desigualdade, justificar a segregação e genocídio de grupos sociologicamente considerados minoritários (ALMEIDA, 2018, p.24)”. Diante dessa afirmação podemos considerar que a exclusão da população negra também passa pelas decisões políticas do Estado.

Ademais, apesar do descaso do Estado, a população negra marginalizada e periférica está empenhada em desfrutar de trabalhos, seja como profissionais liberais e/ou pelo impulso do movimento de afroempreendedores, além de partilhar de interesses em comum: o empreendedorismo e a visibilidade acerca de sua luta antirracista.

Quando olhamos para o período pós escravidão, existe uma busca intensa da população negra pela educação para vencer o racismo (DOMINGUES, 2014). Ao passar mais de um século, diferentes governantes e mudanças do sistema político, é possível identificar que pouco mudou quanto a situação desta população.

Souza (2009, p. 398) reforça esta informação a partir da expressão “desde o berço o fracasso”. Nela o autor afirma que em uma linhagem na qual gerações sofreram, a herança não parece ser diferente. Mesmo aqueles que ascenderam e não reconheceram as dificuldades, sabem que estas estiveram presentes em algum momento da infância até a idade adulta.

Todavia, ao longo da convivência perante esta política contínua do Estado responsável por excluir a população negra, “acarreta-se com tempo a estratificação social” (ALMEIDA, 2018), afetando o desenvolvimento econômico e social de determinados grupos sociais. O retrato destas políticas é evidente, reduzindo as oportunidades de emprego, moradia, saúde e lazer para população negra, fato demonstrado pela demografia da cidade de São Paulo, onde, em sua maioria, a população negra se encontra às margens da cidade, encontrando explicitas dificuldades no que diz respeito a mobilidade social, de acordo com o conteúdo explorado no capítulo anterior.

As instituições, no papel de formas sociais do Estado, massivamente, ainda enxergam o lugar da população negra em posições de subalternidade, considerando-a incapaz de liderar criações, inovações e inventos. Almeida (2018) afirma que isto acontece porque o racismo é estrutural, mantendo-se presente em todas as camadas da sociedade e confluindo nas relações cotidianas, “naturalizando as desigualdades” (ALMEIDA, 2018, p.24).

O movimento de afroempreendedorismo surge, portanto, como uma anormalidade para o Estado. Uma vez que a população negra decide reagir à exclusão submetida, as instituições orientadas pelo Estado seguem ordens sociais e reportam as sequências de fatos, tornando-as direcionadas para o que é considerado normal.

O movimento de afroempreendedores, de certa forma, rompe com esta ordem social, sendo tratado como ruído, anormalidade, tendo em vista que o normal e aceito mantém a estabilidade do sistema, já o contrário causa desconforto. A atividade afroempreendedora é uma (re)ação da população negra quanto a sua exclusão nos meios de produção e tem se intensificado nos últimos anos.

Os conflitos podem gerar reformas. Um exemplo de mudanças institucionais são as isenções de políticas de ações afirmativas, responsáveis por “aumentar a representatividade de minorias raciais e alterar a lógica discriminatória de processos institucionais” (ALMEIDA, 2018, p.32). Esta isenção de políticas de ações afirmativas é identificada nesta pesquisa através de ações autônomas, como o FFP, que estimula afroempreendedores, de forma coletiva, a expor suas mercadorias e serviços, dando impulso a circulação monetária entre a população negra.

Os afroempreendedores — na maioria representados por indivíduos oriundos das periferias paulistas, negros e pobres — contam com a vantagem da vida simples, similar ao modo de vida do seu tradicional consumidor, pois ambos, ainda que em diferentes posições, se identificam por esta aproximação entre suas realidades de vida.

Observa-se que população negra busca, diante de diversas privações, soluções autônomas ou sem participação do Estado para tornar-se economicamente ativa. Diante dos conceitos da hipermodernidade, que também tem como característica o individualismo, como forma de personalização de seus produtos, os afroempreendedores buscam em suas raízes laços, em um processo diaspórico que sensivelmente contribui para o “consumo identitário” (LIPOVETSKY, 2004).

Contrapondo o estigma que fora atribuído ao negro paulistano (FERNANDES & SCHWARCZ, 2007) — como o insucesso e a incapacidade — e contrariando a lógica dominante do capital, os afroempreendedores, motivados por ações autônomas, criam pontes para o avanço econômico da população negra. Porém, engana-se quem acredita ser fácil essa tomada de decisão e engajamento no afroempreendedorismo quando se tem um fardo pesado vindo de uma história cheia de estigmas e preconceito, como revelam as entrevistas da 17^o edição do FFP.

O racismo, impregnado nas estruturas por seu viés institucional⁹⁶, desvaloriza tanto a população negra que a mesma ainda deve convencer a sociedade de que seus produtos são frutos de um trabalho digno e, portanto, devem ser respeitados, apreciados e valorizados. Este passa ser mais um trecho árduo no caminho e um desafio constante para os afroempreendedores, pois devido o desprestígio no mundo de negócio, reforça práticas do racismo e sua credibilidade fica ameaçada. Observa-se que o afroempreendedor, como qualquer outro profissional, utiliza como base para elaboração do seu trabalho matéria-prima, conhecimento, tempo e dedicação, mas é invalidado no momento da compra e tais argumentos desvalorizam seu preço.

Almeida (2018) resgata conceitos estadunidenses para entender o racismo institucional, considerado “menos evidente, muito mais sutil e não menos destrutivo da vida humana” (ALMEIDA, 2018, p33-34). Desta forma, ganha força quanto maior for a dimensão do poder, pois é reproduzido como âncora da “ordem social” (ALMEIDA, 2018), sendo tratado como normalidade e sem qualquer punição pública.

Por meio de um caráter de ordem social, o racismo institucional evidentemente mantém suavizada a prática do racismo em meio a sociedade, criando uma situação de desconforto quanto à condenação pública, uma vez que ao fazer parte da vida cotidiana este é perdoado com naturalidade pela sociedade. Desta forma, crimes de racismo são considerados injúria racial⁹⁷, ruído o qual faz com que o indivíduo racista não seja julgado e receba a punição devida.

A imposição dos padrões sociais e a evidente exclusão da população negra brasileira demonstram o quanto nossa sociedade é racista. Assim sendo, a população negra, severamente excluída, opta muitas vezes por uma atividade econômica que traga a renda mínima suficiente, por uma questão básica de sobrevivência.

Esse debate nos direciona para práticas como o afunilamento hierárquico, a falta de recursos, o aprisionamento e outros problemas sociais, culturais, políticos e

⁹⁶ O racismo institucional, ou sistêmico, opera de forma a induzir, manter e condicionar a organização e a ação do Estado, suas instituições e políticas públicas – atuando também nas instituições privadas, produzindo e reproduzindo a hierarquia racial. Ele foi definido pelos ativistas integrantes do grupo Panteras Negras Stokely Carmichael e Charles Hamilton em 1967 (GELEDÉS, 2010).

⁹⁷ A injúria racial é a ofensa à honra do indivíduo, seja por raça, cor, etnia ou religião. Todavia, o Supremo Tribunal Federal (STF) iniciou tardiamente, apenas em 2018, uma discussão para “equiparar injúria racial a racismo e crime passa a ser imprescritível e inafiançável”. Para o órgão, “a condenação pode se dar a qualquer momento, independente de quanto tempo tenha se passado desde o episódio de discriminação, preconceito e/ou segregação”. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2018/06/07/stf-equipara-injuria-racial-a-racismo-e-crime-passa-a-ser-imprescritivel-no-tocantins-movimento-negro-comemora-decisao-inedita>

econômicos relacionados à população negra. Estes problemas também são tratados com naturalidade, ainda que estas práticas contrapunham o direito de igualdade.

O sociólogo Jessé Souza, no Livro *“A ralé Brasileira (2009)”*, elucida a organização da população negra pós escravidão, quando o escravo se tornou livre, porém sem subsídios, incorporação de conhecimentos, oportunidades e sequer autoestima, ao ponto de não se ver ou ser percebido como gente. Trazendo consigo o duro estigma da escravidão, a população negra se deparou com trabalhos que eram baseados na servidão, sem estímulo, ambição, motivação para conquistas, ou quaisquer perspectivas; fadado ao fracasso (MONTEIRO, 2001; FERNANDES & SCHWARCZ, 2007; SOUZA, 2009; GOMES & DOMINGUES, 2014; ALMEIDA, 2018).

Monteiro (2001, p.177) discorre sobre “o processo histórico de exclusão do negro e seus descendentes e a falta de oportunidades em decorrência do racismo e demais fatores decorrentes do subdesenvolvimento”. Nesta afirmação, o autor contribui para uma reflexão a respeito dos percalços da população negra, que não tem apoio do Estado e tampouco estrutura para se tornar empreendedora, porém se perfaz por meio de ações autônomas para criar e gerir seu negócio.

Situação que tem relação direta com as feiras étnicas, tendo em vista que, apesar de valorizar as raízes e se consolidar numa cultura de consumo hipermoderna, o afroempreendedor ainda vive os percalços para estruturação do evento, como: manutenção de estoque, disponibilidade e variedade de produtos, obtenção de matéria prima, estratégias comerciais, tabelas de preço, ações promocionais, entre outros dispositivos de mercado.

Persiste ainda um certo distanciamento nas relações comerciais, passando assim despercebidos aos olhos dos afroempreendedores as ameaças e oportunidades que seus negócios estão sujeitos. Longe de tentar comparar a capacidade de produção, ainda que valorizando a capacidade de criação e inovação do afroempreendedor, destaco momentos em que grandes redes se propõem a criar coleções “afro”, utilizando-se de pouco do conhecimento e dos produtos da população negra, reforçando o caráter consumível do exótico. Para Almeida (2018, p.57), “mesmo que possam ser consideradas perigosas, pois oferecem possibilidades contestadoras de leitura de mundo e da ordem social vigente, as culturas negra ou indígena, por exemplo, não precisam ser eliminadas, desde que seja possível tratá-las como “exóticas”.

Ainda sobre a atuação da população negra à frente dos negócios, temos a contribuição da pesquisa de Monteiro (2001, p.15), que discorre: “a suposição básica é de que essas imagens estereotipadas e constante desvalorização do negro, além da falta de apoio em termos de capital inicial, capacitação e treinamento, contribuíram fortemente e ainda contribuem para desestimular o negro a se arriscar como empresário”.

O afroempreendedor — o qual vive de sua cultura — cria, produz e reproduz sua arte, mesmo sendo pouco reconhecido no mercado em geral. Grandes redes e marcas consolidadas, além do apoio industrial para produzir em escala, atendem suas diversas lojas implicando diretamente uma diluição de preço. Deste modo, o afroempreendedor, que não produz em grande escala e não tem apoio para produção, pratica no FFP um preço considerado elevado pelo consumidor.

Ao analisar, observo que o afroempreendedor é responsável pela inicialização, finalização, venda e entrega de seu produto, não havendo margem para diluir preços e deixando este valor sobrecarregado, uma vez que sua produção é, na maioria das vezes, personalizada e obtém no máximo dezenas, como identificado nas entrevistas.

Monteiro (2001, p.15) afirma que esta situação faz parte do conceito de que “o negro é não visto como um elemento importante na composição dos empresários brasileiros”. Para sustentar esta afirmação, Fernandes & Schwarcz (2007) observam sobre a história de São Paulo que é “impossível identificar a contribuição do homem negro”. Desta maneira, existe uma lacuna entre comprar de marcas consolidadas e comprar do afroempreendedor, entendendo-o como empresário.

Com grande concentração de visitantes e turistas, as feiras étnicas têm se mostrado cada vez mais uma oportunidade de gerar renda para o afroempreendedor, em virtude de que através da experiência de demonstração de seus produtos, concebidos após longas horas de trabalhos muitas vezes manuais, como foi identificado em algumas das entrevistas desta pesquisa, este vive um momento de ressignificação, reafirmado por Almeida (2018, p.28): “conscientização e estímulos de mudanças culturais serão as principais formas de enfrentamento do problema”.

A pesquisa também contribui com o olhar a respeito do quanto os afroempreendedores são capazes de lidar com o racismo estrutural diante da atuação em feiras étnicas. Mesmo impondo-se numa situação de (re)ação social, econômica,

política e cultural, foi identificado que no período entre as entrevistas da 17ª edição do FFP (2018) até a observação de campo da 18ª edição (2019), alguns afroempreendedores voltaram ao mercado de trabalho tradicional.

Retornar ao mercado de trabalho é uma decisão baseada na sobrevivência, é importante salientar que a população negra, marginalizada e oprimida pelo Estado e sociedade, não possui escolhas. Desta forma, aceita trabalhos de baixa remuneração, para que consiga se manter economicamente ativa, fator que afeta pessoas negras com diferente grau de instrução e conhecimento.

O Estado deveria, entre suas atribuições como maior poder da nação brasileira, promover políticas inclusivas para a população negra, promovendo discussões antirracistas em diversas instâncias do poder, as quais abrangessem saúde, moradia, educação, trabalho e empreendedorismo e nas quais as instituições fossem pautadas em reavaliações quanto às questões raciais. Ações que apoiariam o crescimento desse indivíduo como pessoa, alcançando diferentes patamares na vida pessoal e profissional.

Deste modo o Estado estaria equiparando o tratamento desse indivíduo, dando a ele a oportunidade de ascensão econômica e contribuindo para a redução da miserabilidade, atuando no caminho em direção ao avanço da discussão acerca do racismo estrutural. Para Almeida (2018, p.38), o “racismo não se limita a representatividade, porém é fundamental para luta antirracista que pessoas negras e outras minorias estejam representadas, no espaço de poder, seja por motivos econômicos e políticos, seja por motivos éticos”.

A revista *Você S/A*, na edição de abril de 2017, fez uma abordagem especial por meio de uma análise do mercado de trabalho e apontou as oportunidades de desenvolvimento profissional da população negra, chamando a atenção ao dar destaque à frase: “*Porque ela ainda é exceção?*”. A matéria discute os pontos positivos em possuir uma equipe diversa e contabiliza que, no ritmo atual de inclusão, o Brasil levaria 150 anos para igualar o número de negros em seus quadros de funcionários, comparado à proporção de afrodescendentes na constituição do país.

Na **Figura 6 – Por que ela ainda é exceção?** a revista *Você S/A* dá destaque a Rachael Maia, a qual no período ocupava o maior cargo de destaque em uma empresa privada atuando como *Chief Operation Office* (CEO) da joalheria Pandora do Brasil (Empresa Dinamarquesa), desta forma, a partir do questionamento “Por que ela

ainda exceção?”, a entrevista tem desdobramento sobre o posicionamento das empresas em relação a diversidade racial:

Figura 6 – Por que ela ainda é exceção?



Fonte: Revista Você S/A, Abril/2017.

Se faz importante ter um olhar especial para questão de gênero, “ações afirmativas dentro das ações afirmativas são fundamentais para reverter o quadro que temos em relação a mulher negra” (BULGARELLI, 2006, p.15) e para identificar “os mecanismos de segregação ocupacional baseados na raça ou cor das pessoas e uma série de mecanismos diretos indiretos de discriminação” (ABRANO & FARRANHA, 2006, p.36).

Constatou-se que entre os afroempreendedores das 17^a e 18^a edição do FFP as mulheres negras são maioria. Estas mulheres, além de gerenciar seus afronegócios e cientes da sobrecarga que este trabalho exige, atuam com resiliência ao enfrentar todas as adversidades da vida cotidiana, dividindo seu tempo entre afazeres domésticos e profissionais, muitas vezes no mesmo lugar: “sua casa”, fazendo com que esta mulher desfrute de pouquíssimo lazer.

Como revelado na abertura no capítulo 1.1, apesar de toda esta experiência e entrega à atividade profissional, as “mulheres são consideradas pouco capazes” (ALMEIDA, 2018). A sobrecarga de atividades domésticas assumida pelas mulheres as afasta de atividades profissionais e educacionais, diminuindo suas chances de retorno ao mercado de trabalho.

Empreender exige para os diferentes gêneros a rotina desde a produção até a entrega dos produtos, conforme relatado nas entrevistas. No universo de afroempreendedores entrevistados, alguns revelaram que, após combinar horário e local, é possível que a entrega seja feita na catraca do metrô⁹⁸, reduzindo o prazo e o preço por meio da ausência do custo de frete. A entrega do produto é a finalização de um pedido, porém pode também sinalizar a oportunidade de novos trabalhos.

No mercado corporativo, ser criativo e gerar oportunidades para empresas nem sempre é um fator de sucesso para a população negra. O **Quadro 6 - Distribuição do Pessoal por Cor ou Raça**, elucida como a população negra está alocada no mercado de trabalho e em quais oportunidades encontramos este indivíduo — marcado pelo racismo estrutural:

Quadro 6 – Distribuição do Pessoal por Cor ou Raça (negros em diferentes níveis hierárquicos)

DISTRIBUIÇÃO DO PESSOAL POR COR OU RAÇA (%)

	BRANCOS	TOTAL NEGROS
Conselho de Administração	95,1	4,9
Quadro Executivo	94,2	4,7
Gerência	90,1	6,3
Supervisão	72,2	25,9
Quadro Funcional	62,8	35,7
Trainees	41,3	58,2
Estagiários	69,0	28,8
Aprendizes	41,6	57,5

Fonte: Instituto Ethos, 2016.

Ao longo da pesquisa é perceptível que empreender tem sido uma saída. Os dados apresentados revelam a exclusão da população negra de diferentes formas e as oportunidades não avançam, impedindo o desenvolvimento do capital intelectual nos meios de produção tradicionais, o que conseqüentemente se torna mais uma razão para desestimular a população negra a alcançar cargos de liderança.

⁹⁸ As catracas do metro de São Paulo passa a ser uma alternativa para aproximar os clientes e seus produtos conforme relato de entrevistados na 17ª edição do FFP (2018). Caso você não consiga adquirir o produto no FFP, ou a loja física de um determinado fabricante fica distante de sua residência, pode ser oferecida a opção de entrega no metro. Os afroempreendedores, entre outros comerciantes, normalmente encontram-se no bloqueio do metro (“catraca”) para a venda, troca e entrega de produtos. O site UOL, traz mais informações sobre este tipo de comércio. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/empregos/noticias/2101122-estacoes-do-metro-viram-pontos-de-entrega-de-produtos-vendidos-pela-web>

A entrada e saída de governos demonstra que o giro de políticas públicas nas esferas global e local não são suficientes para amenizar o processo de exclusão. O afronegocio torna-se, portanto, uma solução autônoma para fugir do abismo social, tendo em vista os dados do IBGE os quais demonstram que na faixa dos mais pobres da população, três em cada quatro pessoas são negras — entre os mais ricos são apenas 18% (REVISTA VOCÊ S/A, 2017, p.36).

Conforme entrevistas no 17º FFP, a origem da renda está no afronegocio ou em situações de vínculos pensionistas, como policial militar aposentada, professora aposentada, funcionária pública ou da iniciativa privada, além do trabalho informal como *freelancer*.

No intuito de observar a dinâmica e o comportamento no local, fui novamente à Feira de Afroempreendedores do FFP, na 18ª edição do evento, que desta vez foi realizada entre os dias 2 de novembro e 8 de dezembro de 2019 e contou com uma extensa programação de atividades em diferentes espaços da cidade de São Paulo, mantendo a gratuidade para os visitantes.

Os afroempreendedores entrevistados na 17ª edição do festival foram monitorados pelo período de um ano⁹⁹, desta forma foi possível conhecer um pouco mais das experiências dos afroempreendedores que atuam em eventos e sua expectativa quanto à realização do FFP, também chamado por eles de “*Fashion Week*” Negro/Preto, em comparação à semana da moda tradicional nas principais capitais do mundo.

Na 18ª edição os afroempreendedores demonstraram seus produtos nos dias 07 e 08 de dezembro de 2019, no Memorial da América Latina, localizado no bairro da Barra Funda ao lado da estação de metrô Barra Funda, região oeste da cidade de São Paulo. Nesta data o espaço também abrigava outros eventos com diferentes temáticas.

A organização ousou ao comemorar os 18 anos do evento, utilizando uma de suas estruturas mais imponentes. A entrada principal constituía em uma passagem por um portal dourado com os dizeres “presente, passado e futuro”¹⁰⁰; dentro do evento foram apresentados painéis de grandes personalidades negras junto à

⁹⁹ Em 2019 estive no FFP em busca dos afroempreendedores que haviam sido entrevistados no ano anterior. Esta iniciativa buscou entender o que aconteceu com seus afronegócios no período de um ano, por meio de um olhar observatório.

¹⁰⁰ Vídeo clip em comemoração aos 18 anos de Feira Preta foi lançado no *youtube.com* com a *hashtag* #FeiraPretaFaz18anos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pyVePjTi1vY>

espaços instagramáveis¹⁰¹. Na ocasião, o Instituto Feira Preta lançou o pretahub: “em 2019 nasce o pretahub. Consolidação dos 18 anos de atuação em pesquisa, mapeamento e aceleração do empreendedorismo e consumo negro do Brasil” (SITE INSTITUTO FEIRA PRETA, 2020).

Na 18ª edição do FFP, reencontrei pessoalmente os afroempreendedores do ramo da gastronomia os quais havia entrevistado na edição anterior. Identifiquei que estes afroempreendedores estavam presentes e bem identificados no aplicativo do evento, além de terem seu *stand* individual. Estes revelaram que tiveram patrocínio do Atacadista Assaí (empresa do grupo GPA¹⁰²), responsável por arcar com a locação do espaço no festival e tendo assumido o investimento nos ingredientes. Porém, devido a um problema com prazos, os ingredientes foram comprados pelos afroempreendedores que posteriormente seriam ressarcidos pelo patrocinador.

Os afroempreendedores que compartilhavam *stands*, afirmaram que custo do *stand* foi rateado, entretanto os resultados financeiros seriam individuais, cada um era responsável por decidir sua melhor forma de cobrança, desconto, promoção, cuidado com produto e atendimento do cliente. Percebi que quando o parceiro não estava presente, era comum eles pedirem para esperar, assim ligavam para parceiro voltar para o *stand* e atender o cliente, num espírito de colaboração entre pares.

Identifiquei que no universo de afroempreendedores entrevistados, todos continuam com seus afronegócios ativos, aplicando inclusive diferentes modelos de vendas, seja por meio de loja virtual, loja colaborativa ou diferentes feiras. Neste ponto da pesquisa me encorajo a dizer que o movimento afroempreendedor será sempre inovador, apesar das dificuldades, pois nenhum dos entrevistados da 17ª edição desistiu de lutar pelo seu negócio.

Atualmente, o FFP desfruta do crescente desenvolvimento e ganha outros rumos na cidade. Todavia, ao reencontrar os afroempreendedores na 18ª edição do FFP, constatei que não houve grandes mudanças em seus afronegócios, os mesmos

¹⁰¹ Espaço para foto no qual o organizador do evento tem a intenção de que o participante do evento faça uma publicação da foto em seu perfil na rede Instagram. Esta publicação, em tempo real, gera visualização, tornando o evento comentado, a fim de atrair maior público durante a realização.

¹⁰² O Grupo GPA também é responsável por outras marcas, algumas inclusive já denunciadas por racismo como as marcas ASSAÍ e EXTRA Supermercados. O Jornal a Ponte (2020) aborda alguns casos ocorridos em estabelecimentos do Grupo GPA. Casos de racismo também terminaram com um **casal com a bolsa revistada e ignorado pela PM quando denunciou a discriminação no Extra Aeroporto, na zona sul de São Paulo**; e com um **jovem seguido na rede Assaí, em Mauá, na Grande SP**. Em setembro desse ano, **uma funcionária sofreu racismo e foi demitida ao denunciar**, no RJ. Disponível em: <https://ponte.org/carrefour-extra-koch-e-ricoy-3-homens-negros-mortos-e-2-torturados-desde-2019/>

continuavam a vender os mesmos produtos, utilizando-se das mesmas tratativas comerciais, preços e estratégias.

Um mês antes do festival, durante a passagem pelo 3º Seminário de Pesquisa e Inovação do Turismo (UFMG/SEBRAE), em outubro 2019, reencontrei uma das entrevistadas da 17ª edição do FFP. Esta entrevistada centralizou seu empreendedorismo na venda de seus produtos pela internet, ainda que atendendo uma demanda menor, pois havia retornado ao mercado de trabalho devido uma ocorrência de saúde familiar. A decisão aconteceu num momento em que a mesma teria de dividir o tempo de produção com o do trabalho, além de dispor de sua parceira de negócio, no caso sua mãe, fato que a fez se afastar das feiras e investir em vendas on-line, em conjunto com a disponibilização de seus produtos em uma loja colaborativa de São Paulo, mantendo seu afronegócio ativo.

A afroempreendedora relatou que não participaria da 18ª edição do FFP, ainda que o ano anterior tenha sido lucrativo, ultrapassando em mais de 100% o seu retorno esperado. Seu investimento foi de R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) para contemplar: matéria prima, passagem de ônibus e hotel e alimentação para os três dias de evento. Seus ganhos ultrapassaram o valor de R\$ 6.500,00 (seis mil e quinhentos reais) na somatória dos 3 dias.

Ao analisar esta entrevista, percebo que existe potencial empreendedor e visionário na jovem afroempreendedora. Entretanto, como comentado anteriormente, o mercado de trabalho elimina os candidatos negros sem sequer explorar seus conhecimentos e, caso não seja bem indicado, sua colaboração poderá ser limitada. Soma-se isso ao fato de a maioria das empresas tratarem de diversidade e inclusão por pressão, geralmente quando são atribuídas por requisitos legais.

Dados do Instituto ETHOS demonstram que, em 2017, um funcionário/colaborador negro ganhou em média R\$ 2.736,00 (dois mil setecentos e trinta e seis reais); é importante lembrar que a pesquisa não cita cargo. A empreendedora que investiu R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) em 3 dias de evento, em 2018, conseguiu fechar seus resultados positivos, ganhando mais do que o mercado de trabalho paga para um profissional negro por 1 mês de prestação de serviço. Neste dado, por falta de controle da afroempreendedora, não foi possível avaliar quantas horas de trabalho foram dedicadas para a produção dos produtos,

porém a mesma revelou que no estágio seu rendimento era de R\$ 700,00 (setecentos reais) mensais.

A afroempreendedora afirmou também que durante o evento criou pontes importantes e uma rede de contato com clientes e outros afroempreendedores de diferentes regiões; e que um dos fatores do não comparecimento na 18ª edição estava relacionado ao preço por *stand* sugerido pela organização do festival, o qual estava em torno de R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais). Outra a razão era seu estoque de peças para atender o festival, uma vez que produziria sozinha e num período curto de tempo, tendo em vista estarmos no mês de outubro de 2019.

Ao avaliar os afroempreendedores pelo decorrer da pesquisa, observou-se que os 17 entrevistados tinham uma intensa relação de economia familiar e uma ocorrência de saúde familiar com certeza seria responsável por uma queda de produção, conforme relatado pela entrevistada. Diante de outras respostas que recebi de afroempreendedores que não atenderam à 18ª edição do FFP, constatou-se que a saúde pessoal e familiar influenciou e modificou a rotina de trabalho, impactando diretamente nos negócios, uma vez que o microempreendedor não prevê a substituição desse profissional.

Com base na segunda entrevista realizada com a afroempreendedora, em outubro de 2019, a jovem mineira de 27 anos relatou que havia iniciado um estágio na área de gestão pública, sua área de formação, e que após 3 meses de atuação foi efetivada. Porém, no início de novembro de 2019 a entrevistada retornou o contato espontaneamente, comunicou que havia sido demitida e que os planos haviam mudado: a mesma participaria da 18ª edição do FFP como vendedora de outra marca, pois após ter sido dispensada da iniciativa privada, poderia utilizar o ambiente do festival para retomar sua rede de contatos construída anteriormente.

Para Monteiro (2001, p.27), “o acesso à educação, treinamento e capital são fatores que dependem, em qualquer momento histórico, das oportunidades que a sociedade ou país oferece à sua população... as elites brasileiras, através de mecanismos sutis ou declarados, sempre cuidaram de restringir e de afastar dos afro-brasileiros essas oportunidades”, distanciando a população negra do mercado de trabalho.

A jovem, empreendedora e ativista do movimento negro, faz parte da geração que não negocia a identidade e expõe com orgulho seu fenótipo racial, estética e

conhecimento político, fator que deixa evidente sua busca por condições antirracistas. Tendo o conhecimento de que desde diferentes gerações o desemprego é um fato para população negra e apesar de ter um trabalho na iniciativa privada, a mesma ainda compreendia que era necessário ter algo que gerasse pouco ou algum rendimento caso fosse demitida.

Esta conclusão coincide com o pensamento dos afroempreendedores entrevistados, no qual existe a necessidade de buscar uma saída para sua sobrevivência, qualquer saída que gere renda financeira: seja ser empregado de uma empresa e simultaneamente dono do seu afronegócio, seja apenas ser dono de seu empreendimento ou até mesmo nutrir boas relações para ser empregado por um. Percebe-se que o senso de comunidade prevalece, evidente no caso desta jovem que retornou para trabalhar para outro afroempreendedor, a fim de apoiá-lo nas vendas, uma vez que se tratava de um produto diferente do seu. Isto se soma ao fato de estar em São Paulo para reposicionar sua marca.

Relatos como estes me incentivaram a observar os padrões de movimento afroempreendedor na 18ª edição do FFP, junto ao que havia sido alterado na relação deste com o festival, concentrando o olhar na fase do evento na qual os afroempreendedores comercializavam seus produtos e eram protagonistas.

Os afroempreendedores que estiveram presentes na 18ª edição do FFP, realizado no Memorial da América Latina, expressaram-se:

- a) Abrimos o CNPJ de uma associação, foi a forma que encontramos de dividir os custos e participar;
- b) Como permitido, estou aqui com 01 (um) parceiro de negócio, dividindo o *stand*;
- c) Um patrocinador arcou com todo custo incluindo a matéria-prima para produzirmos os alimentos, porém devido problemas de prazo, uma vez que os afroempreendedores precisam produzir com tempo hábil para vender no festival, compramos e seremos reembolsados posteriormente.

A dificuldade vivida pela população negra é latente, tendo em vista que a falta de patrocínio parcial ou total implicou na desistência, na divisão de *stands* e até mesmo numa identificação não detalhada por meio do aplicativo do evento, pois o

mapa neste ambiente virtual identificava somente uma empresa, ainda que a maioria dos *stands* fossem divididos. A relação entre o FFP e afroempreendedor apresentou ruídos, os quais estão relacionados aos critérios de seleção para evento e a forma de apresentação da empresa (associação ou 2 afroempreendedores por *stand*).

A respeito da afroempreendedora que retornou ao mercado de trabalho e na sequência foi demitida, me fez refletir sobre alguns eventos de inclusão racial que participei no período da pesquisa, estes que sempre traziam falas impactantes, porém a maioria apresentava uma liderança branca e pouco diversa.

Um dos eventos que visitei durante a pesquisa foi do Instituto ID_BR¹⁰³ (2018; 2019), no qual grandes empresas parceiras prontificaram a expor algumas de suas vagas de trabalho. Ali surgiam algumas oportunidades, das quais não foi possível identificar competências empreendedoras, versáteis, criativas e resilientes de profissionais negros. Apesar de todo o esforço para sobreviver à massiva exclusão, o mercado não vê o desafio do afronegócio como uma soma de competência e mesmo com o mote “vagas de liderança não é favor”, o cenário do ID_BR evidencia a razão do afronegócio, pois para esse exímio conhecedor de dificuldades as oportunidades não contemplam tudo que ele pode oferecer.

¹⁰³ O Instituto Identidade Brasil - ID_BR é responsável pelo selo “Sim, igualdade racial”, nome que norteia a discussão de seus fóruns anuais voltados a empresas apoiadoras da causa e à população negra. Este afronegócio, que tem como presidente a ex-modelo Luana Génot, tem como objetivos empregabilidade, educação e eventos. O Fórum produz uma quantidade de dados interessantes para pesquisadores do tema, uma vez que sua inscrição é feita num ambiente on-line e concentrados na instituição. Nomes como Glória Maria (Repórter afrodescendente que atuou nos principais programas jornalísticos da televisão brasileira), Teo Vander Loo (Executivo branco do grupo alemão BASF, personalidade engajada nos temas de inclusão racial, grande influenciador do tema em redes sociais, apoiando projetos como *EmpregueAfro* na empresa que presidiu), Konrad Dantas (jovem morador de uma comunidade no Guarujá/SP, cidade do litoral paulista, que a partir da pensão de mãe professora, desafiou a indústria fonográfica, invadindo a internet com vídeos clipes com a realidade da periferia e suas músicas. Hoje, com cerca de 51 milhões de inscritos no seu canal do site youtube.com, atinge 24% da população brasileira). Frequentei o evento em 2018 na Casa Natura, em São Paulo, no bairro de Pinheiros (mencionado ao logo da dissertação) e em 2019, no Memorial da América Latina (mesmo local que ocorreu a 18 edição do FFP), com raízes cariocas, local onde nasceu a fundadora, recentemente a organização filantrópica realizou um jantar beneficente no Copacabana Palace Hotel, uns dois mais luxuosos hotéis da capital do Rio de Janeiro.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa consiste no estudo sobre a configuração do afroempreendedorismo; possibilidades, oportunidades e adversidades no mercado de trabalho e sua interface com o setor de eventos em direção às ações afirmativas. O objeto de estudo aqui investigado foi o Festival Feira Preta, com o intuito de entender a dinâmica da população negra afroempreendedora e sua inserção na cadeia produtiva.

Pesquisar e sistematizar algumas informações relacionadas a dinâmica das feiras étnicas revelou-se uma possibilidade de compreensão acerca da inserção de grupos que vivem à margem da sociedade em novos negócios.

Apesar da carência de bibliografia que trate especificamente do assunto proposto, foi possível fundamentar o trabalho nesta escassa base bibliográfica e ainda estabelecer conexões possíveis em bases de ordem geral. Dados qualitativos de fontes secundárias foram utilizados para inferir a respeito das proposições do trabalho, sobretudo ao tratar de um festival de cultura negra consolidado na cidade de São Paulo.

A pesquisa qualitativa esteve centrada nas entrevistas semiestruturadas e na observação, possibilitando compreender o comportamento e as motivações de um grupo específico, reunindo dados para o entendimento mais profundo da dinâmica do evento e movimentação dos afroempreendedores. No decorrer da pesquisa, verificou-se que o FFP foi amplamente discutido em diferentes meios de comunicações, assim como em produções científicas: monografias, teses e artigos.

O objetivo geral proposto nesta pesquisa foi verificado, observou-se que o FFP tem o propósito de ação afirmativa como força propulsora na difusão do movimento da população negra empreendedora na cidade de São Paulo e coloca em evidência elementos da cultura de um povo diaspórico.

A investigação levou em conta a experiência do afroempreendedor e o crescente número de visitantes no evento, somado ao fato da cidade de São Paulo ser uma referência no setor. Ao longo do estudo foi apurado que na cidade ocorreram importantes eventos antirracistas envolvendo personalidades estrangeiras, fato que contribuiu para potencializar a experiência do afroempreendedor e formar uma

militância voltada às práticas antirracistas apoiadas por estas personalidades, nacionais e internacionais.

O FFP proporciona o protagonismo da população negra e como ação afirmativa responde aos objetivos específicos por meio do resultado das entrevistas aplicadas, revelando a situação da população negra afroempreendedora:

- a) empreendedores pioneiros e por necessidade, atendendo um circuito inferior da economia (vestuário, acessórios, alimentação e artigos de decoração), negócios conduzidos por jovens, porém apoiado por familiares, parentes e amigos, apoiadores que não viveram quaisquer experiências empreendedoras consolidadas, impossibilitando contribuir neste momento a partir de suas experiências anteriores;
- b) a maioria dos afroempreendedores tiveram acesso ao ensino superior (ainda que alguns não tenham concluído), fato considerado um avanço, pois quanto aos seus familiares somente uma mulher obtinha o título de graduação completa e os demais não avançaram mais do que ensino médio completo;
- c) a falta de oportunidades de ocupar cargos estratégicos nos mercados tradicionais, seja pela falta de experiência (exclusão do jovem negro recém formado ou estudante) ou pelo excesso de experiência (profissionais negros com mais de 20 anos na mesma função e/ou cargo);
- d) os afroempreendedores que detém outra fonte de renda financeira, deixam esta como complemento de investimento para o afronegócio, numa situação de economia segregada, que alimenta a casa e compõe o investimento no afronegócio;
- e) quanto aos apoios institucionais, pouco se sabe sobre agências de fomento, editais e associações de classe que trabalhem os interesses do afroempreendedor, deixando a população marginalizada, longe das possibilidades de desenvolvimento;
- f) a administração dos seus afronegócios independe de grandes estratégias de marketing 4P's (produto, preço, praça e promoção) para captação de clientes, com baixo investimento, suas ações são

centralizadas em redes sociais, mantendo familiares, parentes e amigos atualizados quanto ao desenvolvimento dos afronegócios.

Através de alguns relatos foi possível perceber que os mais experientes ainda vivem a lógica do vendedor ambulante para chegar até os eventos, pois existe a similaridade com as feiras e/ou festivais, uma vez que são eventos de curta duração, realizados no mesmo ou em diferentes locais. Outra característica que passa por diferentes gerações é a receita limitada, atrelada a investimentos e gastos sem qualquer sinal da cultura de administração financeira, não se sabendo ao certo se existe lucro ou prejuízo nos afronegócios pesquisados.

Como a maioria dos entrevistados estava desempregada, empreender se tornou uma solução. Esta decisão impactaria na sobrevivência, pois o afroempreendedor representa toda a cadeia de produção do seu negócio. Os profissionais que somavam anos de experiências alegaram que o racismo descredibilizou e desmotivou a mão de obra: a falta de ascensão no mercado de trabalho era justificada por improdutividade, entre outras conotações.

Os afroempreendedores entrevistados apresentaram em seus relatos um sentimento de pertença e orgulho ao participar de um evento tão importante para a população negra e admiradores da cultura negra. Estes, apesar do apreço em fazer parte do evento e também vivenciando tempos líquidos, não se comprometeram a participar de outras edições, sentindo-se livres em participar de outros eventos sem a fidelização.

No intuito de chegar em resultados mais precisos da pesquisa foram utilizados trechos de diálogos, tabelas e gráficos. As entrevistas reforçaram as experiências dos afroempreendedores, validando as teorias analisadas no decorrer da pesquisa, o conjunto de obras consultadas revelou a necessidade de trazer à tona discussões e novas abordagens.

Na progressão da pesquisa obras acadêmicas trouxeram conceitos da geografia humanística (SANTOS; 1960), turismo (TELES, 2007; BRAGA, 2006; PIRES, 2009) e sociologia (SOUZA & MENEZES, 2009; LIPOVETSKY 2004, BAUMAN, 2009) e apesar de trabalhar com autores de diferentes épocas, fica evidente que por mais que suas teorias sejam válidas, algumas destas não alcançam a realidade na qual está inserida a população negra brasileira, tampouco sua exclusão dos meios de produção tradicionais, fator que me fez recorrer à autores locais que

apresentam um embasamento focal na população negra brasileira em específico (MONTEIRO, 2001; SOUZA, 2009; SILVA, 2017; ALMEIDA, 2018; BERTH, 2019).

Os fatores que levaram a problematizar o FFP partiram do questionamento se, ao longo de seus 18 anos, o evento contribuiu para uma maior inserção da população negra afroempreendedora na cadeia produtiva, compreendendo a dinâmica deste setor. O FFP contribuiu para movimento afroempreendedor, diante do cenário do desenvolvimento do turismo da cidade de São Paulo. Reforço que apesar de residir às margens da cidade, ter os menores salários, se destacar pelo alto índice de desemprego e ser desassistida pelo Estado, a população negra encontra no afroempreendedorismo uma forma de enfrentar as diferentes expressões do racismo as quais está exposta.

Após mensurado o resultado das entrevistas e a coleta de dados em 2018-19, apliquei o método de observação. Para responder o problema de pesquisa analisei a dinâmica do evento e o comportamento no local e, perante a representações do evento para a população negra afroempreendedora, constatei:

- a) o FFP atende a lógica de produção do capital diante do mercado não branco, assim, os patrocinadores aparecem ainda de forma tímida comparado a outros eventos. Reforço que, diante da bibliografia proposta, existe a discussão sobre signos da branquitude em eventos étnicos e reitero a definição de que em feiras nas quais os integrantes passam por um processo de ressignificação, o caminho parece ser mais longo;
- b) o FFP, ao atender a lógica capitalista, passa a atender padrões exigidos pelo setor de eventos, os quais não podem ser suportados financeiramente pela população negra empreendedora, como foi evidenciado ao se observar alguns empreendedores expor e venderem seus produtos nas calçadas das proximidades do evento;
- c) anualmente existe uma expectativa alta para a compra de produtos no FFP por parte dos afroempreendedores e consumidores, os quais estão intrinsecamente alinhados com as práticas hipermodernas e oferecem produtos à população negra e aos admiradores da arte negra no período de comemoração da Consciência Negra;

- d) atendendo ao consumo indenitário, o FFP proporciona inúmeras experiências e, diante do movimento diaspórico, seus produtos retomam laços africanos, consolidando-se na prática mesmo que enfrentem o desafio econômico do circuito inferior, com os baixos insumos para a produção, não gerando grandes fortunas.
- e) o FFP atendente uma demanda de consumidores que se expressam pela estética “afrontosa”, os quais não são atendidos por grandes centros comerciais, formados por empreendedores que optam em não se expor por meio dos produtos disponibilizados;
- f) por meio do afroempreendedorismo a população negra coloca o Estado como um observador, uma vez que se (re)cria perante a exclusão e também incentiva a circulação monetária entre a comunidade negra, valor que vai além do econômico. Diante da lógica “se me vejo, compro”, em um país onde a maior parte da população é negra, porém atingida de diferentes formas pelo racismo estrutural, faz-se valer desse negócio a saída para sobrevivência.

A pesquisa responde que o FFP é uma ação afirmativa, formulada por uma pessoa comum também vítima do racismo estrutural — intrínseco à nossa sociedade. O festival impacta toda a cadeia de negócios de um grande evento e conta com um momento dedicado à difusão dos afronegócios, capacitando e abrindo espaço para afroempreendedores de São Paulo e de outras regiões do país.

Apesar das feiras étnicas apresentarem aos seus visitantes uma enorme variedade de produtos, em meio a diferentes manifestações culturais, proporcionando grande oportunidade de experiência com marcantes características hipermodernas, sua finalidade é comercial.

Vislumbrando o consumidor da cidade de São Paulo, a repercussão se dá quando o FFP traz afroempreendedores de outro estado, demonstrando sua capacidade de unir afronegócios que se conectam. Entretanto, quando tratamos dos afroempreendedores que se deslocam de fora do estado (profissionais oriundos de diferentes regiões do país que reforçam o fluxo de pessoas e mercadorias), alguns tomam empréstimos com familiares para conseguir atender ao evento, são

trabalhadores que ultrapassam diferentes dificuldades e acabam por recriar-se, de diversas maneiras, para produzir seus produtos e participar anualmente do festival.

Ainda contemplando a resposta da pesquisa, os afroempreendedores entrevistados afirmam se sentir — em eventos como o FFP — representados pela comunidade negra, ocasião em que a importância do evento perpassa seu valor econômico. Durante a FFP, é sentido e relatado pelos entrevistados um momento de ressignificação, pois a partir do momento em que o afroempreendedor movimenta-se da periferia para centro, passa ter a oportunidade de expor e comercializar para uma nova gama de consumidores.

A pesquisa apura que o fluxo de pessoas e mercadorias se faz necessário para sobrevivência da população negra, a qual necessita desenvolver alguma atividade econômica para superar sua severa exclusão dos meios de produção, devido as práticas do racismo estrutural.

Enfraquecida por este racismo estrutural, a população negra trabalha para se manter economicamente ativa, não restando recursos para se preocupar em se adequar à níveis ou padrões de atendimento. Este fator faz com que os mesmos não se encaixem nas exigências de grandes eventos, ainda que estes sejam realizados pela própria comunidade negra, configurando assim outro modelo de exclusão, reforçando que esta população, diante de toda suas dificuldades, trabalha pela sua sobrevivência, aspecto desconsiderado na gestão tradicional de eventos.

Enquanto a população negra paulista permanece “nas franjas” da cidade, sem investimento e incentivos para sua ascensão, os eventos por sua vez ganham espaço, notoriedade, reconhecimento e se desintegram da comunidade, que não consegue acompanhar e desenvolver seus afronegócios. Observei que no período do FFP, diferentes afroempreendedores atenderam os visitantes do festival na calçada, do lado de fora do evento, retrato da nítida dificuldade de enquadrar-se nos padrões tradicionais de negócios.

Enfrentar dificuldades no desenvolvimento dos afronegócios se torna uma rotina, o investimento não chega às mãos dessa população, que é confrontada com o tratamento inadequado, sem linha de crédito específica para população negra afroempreendedora, resultando no crédito negado por instituições financeiras tradicionais, portadoras da função de administradora do microcrédito. Estas famílias

negras — que muitas vezes tem a mulher como espelho — de maneira árdua atravessarão barreiras que ainda não foram rompidas por elas.

O recurso financeiro é uma dificuldade nítida do afroempreendedor, uma vez que historicamente a população negra se autofinanciou para a compra da sua liberdade, desde a escravidão aos dias atuais. Esta população ainda permanece na luta pela liberdade financeira, sendo o dinheiro um dos meios para essa libertação.

No mercado de trabalho a alforria ainda perpassa a “trava social”, o “afunilamento-hierárquico” e a cobrança quanto à sua *performance*, introjetando a ideia de que para ser tornar vencedor o indivíduo negro deve ser muitas vezes melhor que seu adversário. Entre outras expressões do racismo, percebo que a liberdade continua sendo um investimento pessoal, para estar apto a exercer alguma atividade econômica numa sociedade excludente.

Em oposição ao Estado racista, em meados de 2017, surgem no Brasil afronegócios da área financeira, os quais se comprometem a trabalhar com investimentos e crédito destinados a população negra, como uma resposta às experiências vividas pelos próprios criadores.

A proposta destas *fintechs* é de fugir da burocracia e das regras presentes nas instituições financeiras tradicionais, compreendendo melhor as dificuldades e necessidades desta população. Contudo, os negócios ainda são incipientes, não se tem dados de penetração do produto, tampouco o quanto este tem favorecido os afronegócios. Ao investir nos afronegócios, as *fintechs* devem avaliar situação real da população negra, caso almejem incentivar afronegócios com sucesso.

Nos EUA, diferentemente de como no Brasil, o *Black Money* possui a chancela do Estado, que apoia o investimento e o regulamenta de forma incentivadora para que comunidades negras estadunidenses sejam economicamente ativas. Assim, nos EUA, comunidades negras criaram e desenvolveram seus negócios, tornando-se aptas a empregar. Entretanto, o Brasil apresenta um Estado omissivo às questões racistas, que não incentiva o crescimento da população negra, criando amarras que impossibilitam esta população de alcançar seus mínimos direitos, como no caso do microcrédito para desenvolvimento do afronegócio.

As periferias paulistas se revestem do tecido social que agrupa a população negra e pobre e, neste espaço, não se faz distinção racial para circulação monetária, pois dada tamanha exclusão não há sentido em dar preferência na compra e venda

de produtos, todos vivem realidades que se cruzam e para se fortalecer seguem o associativismo local.

Os poucos negros que não participam desta realidade têm uma condição social melhor e enaltecem as possibilidades que a “branquitude” lhes proporcionou. Muitas vezes assumem a identidade branca, compartilhando de gostos, estéticas e discursos, acreditando que se não fosse estas possibilidades jamais teriam tal destaque.

O Brasil, historicamente por meio do processo de miscigenação, introduziu o conceito de que os indivíduos não brancos são a escória da sociedade; e o racismo estrutural, ao qual fomos e somos submetidos, tem como álibi a “branquitude” como forma de resgate de valores. Contudo, este indivíduo, com seu rastro histórico e seu corpo negro, circula em espaço brancos e não passa despercebido, ou seja, mesmo com uma melhor condição financeira ele ainda é julgado pela sua cor de pele.

Ao se reinventar como afroempreendedores se torna evidente a luta da população negra por seu espaço na sociedade. Encabeçada pela severa exclusão dos meios de produção, esta população está sempre à prova de sua resistência, seja como empreendedora ou não, pois o Estado atua por meio de ações ininterruptas e diárias tentando distanciar a população negra de seus propósitos sociais, culturais, econômicos e políticos.

A importância desta pesquisa é atribuída à imersão sob uma nova perspectiva de (re)ação da população negra, utilizada para vencer a exclusão dos meios de produção tradicionais. Nesta jornada os afroempreendedores entendem que não podem parar, pois parar está vinculado à não sobrevivência. Transitar na realidade da população negra brasileira exige sororidade, atenção e escuta, não é fácil e nem será. Por isso, o perfil do afroempreendedor é peculiar e apresenta muita gana, pois precisa vencer independente do desafio.

Compreender as feiras étnicas — como a Feira de Sucupira e a Feira de Caruaru — e suas dinâmicas, contribuiu para o entendimento do afroempreendedorismo praticado no FFP, e diante da desigualdade enfrentada pela população negra, pobre e periférica, a mesma apresenta algumas soluções consideradas “nó” do comércio popular, mas que se mostram como uma solução para a sobrevivência do afroempreendedor que, num movimento diaspórico, remonta raízes e criativamente traduz em seus produtos.

O FFP, evento autônomo que atende uma demanda da SMTur quanto aos eventos oficiais do calendário da cidade de São Paulo — sendo uma das celebrações do Dia da Consciência Negra — corrobora para a afirmação de que a inclusão racial é um processo longo, desgastante e forçado na sociedade brasileira, tornando-se necessárias obrigações no nível de legislação para que a população negra seja, de alguma forma, inserida.

O afroempreendedorismo, apesar de recente, tem demonstrado seu potencial por meio de ações autônomas, assim é importante a continuidade de estudos que analisem itens como:

- a) Estado e/ou iniciativa privada oportunizar editais de fomento para afroempreendedores, tendo em vista alcançar um número maior de indivíduos e apoiar entidades associativas de afronegócios, estimulando a aproximação com as instituições envolvidas;
- b) SMTur promover constantes eventos buscando a inclusão do afroempreendedor, envolvendo diferentes manifestações artísticas da cultura negra e, a partir dos resultados, apoiar políticas públicas no intuito de criar e manter um espaço dedicado ao afronegócio na cidade de São Paulo;
- c) para grandes marcas que utilizam o termo inclusão racial, cabe uma análise crítica sobre a verdadeira inclusão da população negra: nos seus quadros empregatícios, hierárquicos e salariais, validando se o indivíduo negro que hoje só está representado como consumidor;
- d) como ação afirmativa pontual, no intuito de reduzir as desigualdades as quais a população negra brasileira está submetida, sugiro estudar ações que envolvam o Estado e a iniciativa privada para estruturar um evento de combate ao racismo e fortalecimento do afroempreendedorismo. Este projeto exigiria fomento para patrocinar a estrutura básica, traria renda para população negra e colocaria a possibilidade de ocupar novos lugares, durante todo o ano sensibilizando indivíduos a apoiarem a exposição e venda de produtos oriundos de afronegócios.
- e) grupos de estudos sobre o desenvolvimento econômico para afronegócios, que neste momento tem grandes oportunidades, mas

futuramente pode sofrer com quedas no consumo, produtividade e qualidade, devido baixas demandas.

Contribuindo para discussões decorrentes a essa pesquisa, vale ressaltar que o Estado de maneira estratégica contribui para este distanciamento da população negra, uma vez que impulsiona o alto custo de vida nos centros econômicos, submetendo aqueles que não podem pagar à marginalização. Reflexos sentidos na mobilidade urbana da população negra, levando-se em conta que moram na periferia e têm os piores salários e oportunidades, fatores que limitam seu acesso.

Dentro das responsabilidades do Estado, identificou-se que a SMTur promove diferentes feiras étnicas com calendário semanal em pontos turísticos da cidade de São Paulo, entretanto ainda não existe um espaço para que o afroempreendedor comercialize seus produtos. Todavia, o Estado por meio da Câmara dos Deputados promove eventos como o “Dia do Afroempreendedor”, com seletivo grupo e viés de quem não absorveu a verdadeira realidade dos negócios da periferia que contam com “ralé” brasileira.

No que se refere a políticas públicas, o Estado está observando a produção do afroempreendedorismo diante da lógica da produção do capital, a qual mesmo com dificuldades ganha espaço e dinheiro. Este mesmo Estado, que discrimina e exclui, reverte os dados da população negra de desempregada para empregadora, posicionamento que não se adequa à realidade dos afroempreendedores entrevistados. A pesquisa revela que, mais uma vez de forma autônoma, a população negra se reorganiza para apreender administrar financeiramente seus negócios, desta forma diferentes grupos da comunidade negra se encontram para ampliar este conhecimento.

O pioneiro FFP, que acompanha o cenário crescente do desenvolvimento das atividades comerciais, passa a dividir espaço com diferentes ações de promoção do afronegócio, item importante para o crescimento e ampliação da discussão.

O consumo identitário proporciona um momento saudável para os afronegócios e conta com a força das mulheres, estas que além de ser maioria entre os afroempreendedores do FFP também envolvem suas famílias inteiras no trabalho, seja na venda, produção e/ ou divulgação.

Conclui-se que as ações afirmativas que foram implantadas no Brasil — por pressão do movimento negro e por meio de tratados internacionais antirracistas firmados em 2001 — pouco mudam a realidade da população negra atualmente. As ações afirmativas implantadas tardiamente, em forma de Lei, demonstram que até os dias atuais não existem ações efetivas do Estado quanto ao passado escravocrata, lembrando que o Brasil foi o último país da América Latina a abolir.

Nas periferias da cidade de São Paulo, a comunidade negra está dividida em diferentes regiões e, por meio de eventos com discursos antirracistas, parte desta população se fortalece quanto ao sentimento de pertença. Desta forma, num movimento diaspórico, a população negra remonta suas raízes, se identifica com costumes africanos, reconhece os sacrifícios e sofrimento da escravidão e, a partir disto, surgem (re)ações apoiadas pelo acesso desta população à educação formal.

Os afroempreendedores se utilizam deste conhecimento diásporico para vencer as inúmeras dificuldades impostas pelo racismo estrutural, seus produtos enchem feiras étnicas de experiências, cores e sabores. Entretanto, insuficientemente sabe-se o valor intangível que está atrelado àquele consumo identitário e/ou de admiradores daquela arte.

Uma vez que não se sabe quanto esforço é empenhado no trabalho do afroempreendedor, certifico que é difícil fazer uma discussão sobre preço, uma vez que este não tem vantagens ao comprar matéria primas. Todavia acredito que devemos dar autonomia para o afroempreendedor colocar o devido preço, considerando uma margem de negociação sem que haja a depreciação de seus produtos.

Ainda sobre valor, o incentivo da circulação monetária em comunidades me parece válido, uma vez que vivemos num país miscigenado, onde os afronegócios nascem em comunidades e poucas vezes ao ano tem a oportunidade de expor seu produto no centro econômico. Em síntese, compreendo que o movimento *Black Money* brasileiro deveria ser incentivado nas comunidades marginalizadas, pobres e periféricas, apoiando seus diferentes negócios.

Outra descoberta nos mostra também que este afroempreendedor necessita de algo que o evento não lhe dará, algo intangível e de muito valor — uma soma de autoestima, valorização e reconhecimento — coisas que mesmo longe do evento poderão ser utilizadas para valorizar seu trabalho e produto, sentimentos que o

racismo estrutural introjetou nesta população como mártires, fazendo com que o negro, independentemente de sua posição social, se sinta inferior aos demais.

O FFP é deveras importante para população negra, porém deve-se pensar em outras soluções, como um espaço dedicado ao afroempreendedorismo, por exemplo, no qual proporciona-se um rodízio entre os mesmos, gerando oportunidades para uma maior quantidade de afroempreendedores. O envolvimento ativo do Estado nas políticas públicas para desenvolvimento da atividade deve ser exigido pelos afroempreendedores, porém deve-se pensar em alternativas autônomas visto a morosidade em resolver a questão.

Diante da precarização do trabalho, crescimento da pejotização, sem normatização de horas de trabalho e atenção quanto à qualidade de vida dos afroempreendedores, uma possibilidade de impulsionar os investimentos públicos e/ou privado nas ações afroempreendedoras são feiras étnicas, as quais vêm de encontro com a demanda cultural não atendida pelos grandes centros comerciais, uma estratégia também atraente na captação de turistas.

Além de ações autônomas, outra sugestão é ter uma estrutura municipal, apoiada pela secretaria de turismo local, que acompanhe os dados das feiras étnicas, traçando um plano participativo que não vise apenas o lucro, mas que também possa valorar a participação da população negra — e suas diferentes manifestações artísticas marginalizadas — como apoio à sua projeção social.

Compreendo que a população negra necessita cada vez mais se reinventar a fim de enfrentar os desafios dos negócios, entender as dificuldades atreladas a isto e ter uma gestão voltada para fatores como: mobilidade social, economia familiar, capital limitado, parceiros de negócios e a busca de experiências que deram certo, objetivando uma administração ligada à necessidade do afroempreendedor e não dedicada a aplicar modelos existentes que desconsideram sua situação socioeconômica, cultural e política.

Reitero que a pesquisa não tem finalidade de ser conclusiva e, portanto, se mostra importante continuar a pensar em quanto o Estado, representado pelos municípios, pode apoiar o crescimento do afroempreendedorismo, visto que a ação de forma nacional não é eficaz e acaba por postergar o avanço da discussão local a respeito do desenvolvimento dos afronegócios.

REFERÊNCIAS

- ANJOS, R.S. A África, a Educação Brasileira e a Geografia. In: *Educação anti-racista: caminhos abertos pela Lei Federal nº 10.639/03* Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade. - Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, (Coleção Educação para todos) p. 167-184, 2005.
- ALLIS, T. *Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo*. Tese de Doutorado. São Paulo. FAU. Universidade de São Paulo. São Paulo, Brasil, 2012.
- ALLEN, Johnny et. al. *Organização e gestão de eventos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- ALMEIDA, S. *O que é racismo estrutural?*. Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- BANDUCCI Jr.,Álvaro, BARRETTO, Margarida (orgs.). *Turismo e identidade Local: Uma visão antropológica*; 2º ed. – Campinas, SP: Papyrus, 2002 – (Coleção Turismo).
- BAUMAN, Zygmunt. *Tempos Líquidos*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BERTH, Joice. *Empoderamento*. São Paulo: Sueli Carneiro; Polén, 2019.
- BRAUDRILLARD, JEAN. *A sombra das maiorias silênciosas: o fim do social e surgimento das massas*. Brasiliense, 1985.
- BAHIA, M. C. & FIGUEIREDO, S. L. *O direito à cidade: reflexões sobre o espaço público de lazer*. In AZEVEDO, P. H. & BRAMANTE, A. C. GESTÃO ESTRATÉGICA DAS EXPERIÊNCIAS DE LAZER. Curitiba, PR: Appris, 2017 - p. 135-149.
- BOURDIEU,Pierre. *O poder simbólico*. The forms of Capital. In Richardson, J. Handbook of theory and Research for the sociology of Education, Welsport, CT:Greenwood, p. 241-58. Lisboa:Deifel, 1989.
- BRANDÃO. Carlos R. *O que é educação, 33ª Ed*. Brasiliense, São Paulo. 1995. CAÇADORES DE IDEIAS. Revista GOL. São Paulo, n.198, p.102-106, set 2018.
- BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. *Estratégias para eventos: uma ótima do marketing e do turismo*. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2006.
- CARVALHO, Milena. CARVALHO, Henrique Daniel de Cavalcante. *Gerenciamento: Profissional de Eventos*. Ceara: Papicu, 1993.
- _____. *CARDERNO DE PROPOSTAS – 1º Conferência Municipal de Turismo de São Paulo – CONFETUR*. Secretaria Municipal de Turismo: São Paulo, 2019
- CESCA, Cleuza G. Gimenes. *Organização de eventos: manual para planejamento e execução*. 6. ed. São Paulo: Summus, 1997.

FERNANDES, Florestan & SCHWARCZ, Lilia Moritz. *O negro no mundo do branco*. 2º ed. revista- São Paulo, Global, 2007.

FREIRE, Paulo. *A alfabetização de adultos: é ela um que fazer neutro?*. *Educação & Sociedade*, Vol.1, nº1, p. 64-70.

GIACAGLIA, Maria Cecília. *Organização de eventos: teoria e prática*. São Paulo: Cengage Learning, 2003.

GIACOMO, Cristina. *Tudo acaba em festa: evento líder de opinião pública*. 2º ed., São Paulo: Scritta, 1997.

GIL, Antonio C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4º ed., São Paulo: Atlas, 2006.

GETZ, Donald. *Event Management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation, 1997.

GONÇALVES, B. S. *O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*. São Paulo: Instituto ETHOS, 2016.

GOMES, Flavio & DOMINGUES, Petrônio org. *Política da raça: experiências e legados da abolição e da pós-emancipação no Brasil*. São Paulo: Selo Negro Edições, 2014.

IAM, Yeoman et. al. *Gestão de festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura*. São Paulo, Roca, 2006.

JAIME, Pedro. *Executivos Negros: Racismo e Diversidade no Mundo Empresarial*. 1ºed. 1ºreimp, São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Fapesp, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo, Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles & CHARLES, Sébastien. *Os Tempos Hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LYRA, M.R.S. de B. (2005). "*Sulanca x Muamba: Redes Sociais que alimentam a migração de retorno*". v.19, n.4, doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392005000400010>.

LOHMANN, Guilherme & PANOSSO, Alexandre Netto. *Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas*. 2ºed. ampl. e atual – São Paulo: Aleph, 2012 (Serie Turismo).

LOBO, Andrea. "*É do Produto Brasileiro que os Clientes Gostam*": as rabidantes e a rota comercial entre Brasil e Cabo Verde. Pesquisa apresentada no 5º Encontro Nacional de Estudos do Consumo e 1º Encontro Brasileiro de Estudos do Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Rio de Janeiro, 2010.

MATTAR, Fauze N. *Pesquisa de marketing: execução, análise*. 2º ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MOTA, Keila C. N. *Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal*. São Paulo: Atlas, 2001.

MONTEIRO, Jorge Aparecido. *O Empresário Negro: História de vida e trajetórias de sucesso em busca da afirmação social*. Rio de Janeiro: OR Produtor Independente, 2001.

MUNANGA, Kabengele (org.). *Estratégias e Políticas de Combate à Discriminação Racial*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Estação Ciência, 1996.

NEGÓCIOS DA PERIFA. *Você S/A*. São Paulo, ed. 244, p.18-32, setembro 2018.

O RACISMO PERSISTE. *Galileu*. São Paulo, ed. 301, p.07-09, agosto 2016.

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. *Administração de Marketing*. 12º ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PANOSSO, Alexandre Netto. *Filosofia do Turismo: Teoria e Epistemologia*. 2ª ed. rev. e ampl. – São Paulo: Aleph, 2011 (Serie Turismo).

PARTIU FLORIDA. Voo com a realza. *Revista GOL*. São Paulo, n.198, p.114-115, setembro 2018.

POR UMA NOVA CULTURA EMPREENDEDORA. *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, n.345, p.10, p.30, p.36-51, outubro 2017.

POR QUE ELA AINDA É EXCESSÃO?. *Você S/A*. São Paulo, p.26-36, abril 2017.

QUANDO A SOCIEDADE TAMBÉM LUCRA. *Mercado em Foco*. n.47 ano 07, p.26-28, setembro/outubro 2018.

RIBEIRO, Matilde org. *As Políticas de Igualdade Racial; Reflexões e Perspectivas*. Editora Fundação Perseu Abramo, São Paulo: 2012.

RIES, AI & TROUT, Jack. *Posicionamento: a Batalha por sua Mente*. São Paulo: M.Books, 2009.

SILVA, Anália Ricardo da (2014). *As políticas de promoção da igualdade racial na cidade de São Paulo. Pós-Graduação*. São Paulo. FESPSP. Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, Brasil.

SANTOS, Boaventura de Souza & MENESES, Maria Paula (Orgs.). *Epistemologias do Sul*. Coimbra: Almedina, 2009.

SANTOS, Milton. *Pensando o espaço do homem*. 5ª Ed. São Paulo: Edusp Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

_____. *Ensaio Sobre a Urbanização Latino-americana*. 2ª Ed. São Paulo: Edusp Editora da Universidade de São Paulo, 2017.

_____. *Natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. 4^a Ed. 2^o reimpr. São Paulo: Edusp Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

_____. *Natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. 4. Ed 7^a reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SOUZA, Jessé. *A ralé brasileira: quem é e como vive*. Editora UFMG. Belo Horizonte, 2009

RICARDO, VANDERLEIA & TELES, REINALDO M. S. A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo: o capital intelectual como força propulsora na “difusão” do movimento da população negra. In GOMES, Christianne Luce [et al.]. COLETÂNEA DO I COLÓQUIO INTERDISCIPLINAR DE ESTUDOS DO LAZER. Belo Horizonte, MG: EEFETO/CELAR, 2019 - p.289-292.

SILVA, Gleicy Mailly (2016). Empreendimentos sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo. Tese de Doutorado. São Paulo. FFLCH. Universidade de São Paulo. São Paulo, Brasil

SOUSA, Rainer Gonçalves. *"Escravidão no Brasil"; Brasil Escola*. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/historiab/escravidao-no-brasil.htm>>. Acesso em 01 de junho de 2017.

TELES, REINALDO M. S. Turismo Urbano na Cidade de São Paulo a importância de alguns segmentos e seus reflexos na configuração do espaço. In *Turismo e Análise*, v.18, n. 2, p. 184-196. São Paulo, SP: ALEPH, 2007.

TRALDI, Maria Cristina & DIAS, Reinaldo. *Monografia passo a passo*. Campinas, SP: Alínea, 1998.

_____. *Turismo Social: diálogos do turismo: uma viagem de inclusão*. Ministério do Turismo. Instituto Brasileiro de Administração Municipal. - Rio de Janeiro: IBAM, 2006.

URRY, John. *O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3.ed. São Paulo: Studio Nobel: Sesc, 2007.

VEAL, A. J. *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph, 2011.

WEBLIOGRAFIA

AÇÕES AFIRMATIVAS. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/Acao_afirmativa

AFROEMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE INCLUSÃO SOCIOECONÔMICA. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/scs/article/view/21718/14416>

AFROEMPREENDEDORISMO TEM SEU DIA EM FORMA DE LEI EM SÃO PAULO. Disponível em: <https://revistaraca.com.br/afroempreendedorismo-tem-seu-dia-em-forma-de-lei-em-sao-paulo/>

ÂNGELA DAVIS VEM AO BRASIL EM OUTUBRO; CONFIRA A AGENDA DA ESCRITORA. Disponível em <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/angela-davis-vem-ao-brasil-em-outubro-confira-a-agenda-da-escritora/>

À MARGEM DAS FEIRAS DE NEGÓCIOS: USO DE TEMPO LIVRE DO TURISTA EM SÃO PAULO. Disponível em https://www.academia.edu/7766313/DEBORA_CORDEIRO_BRAGA_-_Tese_-_%C3%80_Margem_das_Feiras_de_Neg%C3%B3cios

APHARTEID. Disponível em: <https://wikipedia.org/Wiki/Apartheid>

APÓS 8 ANOS UNIVERSIDADES FEDERAIS AINDA LUTAM CONTRA FRAUDADORES DA LEI DE COTAS. Disponível: <https://www.brasildefato.com.br/2020/08/29/apos-8-anos-universidades-federais-ainda-lutam-contrafraudadores-da-lei-de-cotas>

APRENDER, ENSINAR E RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS NO BRASIL. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/viewFile/2745/2092>

A HISTÓRIA DA FEIRA PRETA: SAIBA MAIS SOBRE A HISTÓRIA DO MAIOR EVENTO DE CULTURA NEGRA DA AMÉRICA LATINA, A FEIRA PRETA. Disponível em: <https://revistaraca.com.br/a-historia-da-feira-preta>

AKINTEC. Disponível em: <https://akintec.com/>

A PEDAGOGIA NEGRA E FEMINISTA DE BELL HOOKS. Disponível em <https://www.geledes.org.br/a-pedagogia-negra-e-feminista-de-bell-hooks/>

AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE EMPREENDEDOR POR NECESSIDADE E OPORTUNIDADE. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principais-diferencas-entre-empendedor-por-necessidade-e-oportunidade/>

BAILES DA CHIC SHOW NO PALMEIRAS. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=1_DK96_alQg

BAILE NEGRO NO PALMEIRAS RECEBEU JAMES BROWN E COMBATEU PRECONCEITO. Disponível em: <https://www.verdaoweb.com.br/news.asp?nID=7263#:~:text=Ap%C3%B3s%20negociar%20com%20a%20diretoria,de%20fazer%20grandes%20espet%C3%A1culos%20%C3%A1>

BLACK MONEY MOVIMENTO FOMENTA EMPREENDEDORISMO NEGRO. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/black-money-movimento-fomenta-empendedorismo-negro/>

BLACK MONEY: O FUTURO DOS AFROEMPREENDEDORES NO BRASIL. Disponível em <https://inteligencia.rockcontent.com/black-money/>

BAUMAN, ZYGMUNT. O MAL-ESTAR DA PÓS-MODERNIDADE. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998. RESENHA. Karyne Dias Coutinho. Acesso em outubro/2017. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782001000300016

BRAZIL: "MINORITIES URGE THAT PROMISSES OF EQUITY BE FULFILLED" – UN RIGHTS EXPERT Disponível em <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=16499&LanguageID=E>

CARL HART, DROGAS E SOCIEDADE. Disponível em <https://drauziovarella.uol.com.br/drogas-licitas-e-ilicitas/carl-hart-drogas-e-sociedade/>

CARREFOUR EXTRA KOCH E RICOY 3 HOMENS NEGROS MORTOS E 2 TORTURADOS DESDE 2019. Disponível em: <https://ponte.org/carrefour-extra-koch-e-ricoy-3-homens-negros-mortos-e-2-torturados-desde-2019/>

CARUARU - FEIRA DE CARUARU. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/americadosul/brasil-caruaru-feiras.shtml>

5 SITES PARA QUEM BUSCA TRABALHO FREELANCER. Disponível em <https://exame.abril.com.br/carreira/5-sites-para-quem-busca-trabalho-freelancer/>

CIRCUITO SUPERIOR E INFERIOR: SINÔNIMOS PARA A ECONOMIA FORMAL E INFORMAL? Disponível em http://colunateritorium.blogspot.com/2012/08/circuito-superior-e-inferior-sinonimos_10.html

CLASSE MEDIA TEM RENDA ENTRE R\$291,00 E R\$1019,00 DIZ GOVERNO. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/05/classe-media-tem-renda-entre-r-291-e-r-1019-diz-governo.html>

CONFETUR. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/turismo/Anais_CONFETUR.pdf

CONHEÇA A HISTÓRIA DA FEIRA PRETA E DA PLATAFORMA PRETAHUB. Disponível em: <https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/conheca-a-historia-da-feira-preta-e-da-plataforma-pretahub/>

CONHEÇA ALTERNATIVAS BANCARIAS NEGRAS PARA NÃO FICAR DEPENDENTE DE UM BANCO RACISTA. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/conheca-alternativas-bancarias-negras-para-nao-ficar-dependente-de-um-banco-racista/>

COTAS LA FORA HISTÓRIA DAS COTAS RACIAIS NOS EUA. Disponível em: <https://vestibular.brasilecola.uol.com.br/cotas/la-fora-historia-das-cotas-raciais-nos-eua.htm>

DIA DA CONSCIENCIA NEGRA MOVIMENTO BLACK MONEY JA E REALIDADE NO MERCADO-BRASILEIRO. Disponível em

<https://www.terra.com.br/noticias/dino/dia-da-consciencia-negra-movimento-black-money-ja-e-realidade-no-mercado-brasileiro,0e4c99b28f656154715616c96a84b0efr5cjsu5b.html>

DIFERENÇA ENTRE EMPREENDEDOR POR NECESSIDADE E OPORTUNIDADE. Disponível em: <https://saiadolugar.com.br/empreendedor-por-necessidade-e-oportunidade/>

DESCOLONIZAÇÃO DOS SABERES AFRICANOS: REFLEXÕES SOBRE HISTÓRIA E CULTURA AFRICANA NO CONTEXTO DA LEI 10.639/03. Disponível em <https://revistas.pucsp.br/pontoevirgula/article/view/13884>

DO 13 AO 20 - (RE)EXISTÊNCIA DO POVO NEGRO. Disponível em https://www.sescsp.org.br/programacao/189681_DO+13+AO+20+REEXISTENCIA+DO+POVO+NEGRO#/content=programacao

DOCUMENTÁRIO - A COR DO TRABALHO, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LlxQDjbDtZE>

DOMINGUES, PETRÔNIO. UM “TEMPLO DE LUZ”: FRENTE NEGRA BRASILEIRA (1931-1937) E A QUESTÃO DA EDUCAÇÃO. Acesso em Julho/2017 <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v13n39/08.pdf>>.

DOSSIÊ MUDANÇAS NA LEGISLAÇÃO TRABALHISTA, SINDICATO E EMPRESAS MULTINACIONAIS. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-49792019000200343&script=sci_arttext

DECLARAÇÃO DE DURBAN. DECLARAÇÃO E PROGRAMA DE AÇÃO ADOTADOS NA III CONFERÊNCIA MUNDIAL E COMBATE AO RACISMO, DISCRIMINAÇÃO RACIAL, XENOFOBIA E INTOLERÂNCIA CORRELATAS. Disponível em: <file:///C:/Users/magazine/Desktop/MESTRADO%20PPTUR/PROJETO%20DE%20MESTRADO/2001%20Declaração%20e%20Programa%20de%20Ação%20adotado%20pela%20Terceira%20Conferência%20Mundial%20contra%20o%20Racismo,%20Discriminação%20Racial,%20Xenofobia%20e%20Formas%20Conexas%20de%20Intolerância.pdf>

EDUCAÇÃO NÃO FORMAL. Disponível em dezembro/2018. <http://www.infojovem.org.br/sobre/>

END OF MISSION STATEMENT UNITED NATIONS SPECIAL RAPPORTEUR ON MINORITY ISSUES, MS. RITA IZSÁK BRASILIA, 24 SEPTEMBER 2015 Disponível em: <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=16493&LangID=E>

EMPREENDEDORISMO FEMININO AQUECE O TURISMO E GERA RENDA. Disponível em <https://voenews.com.br/mais-noticias-do-turismo-do-brasil/empreendedorismo-feminino-aquece-o-turismo-e-gera-renda/>

ESTAÇÃO JAPÃO-LIBERDADE DO METRÔ GANHA PLACA COM NOVO NOME. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/08/estacao-japao-liberdade-do-metro-ganha-placa-com-novo-nome.shtml>

ESTACOES DO METRO VIRAM PONTOS DE ENTREGA DE PRODUTOS VENDIDOS PELA WEB. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/empregos/noticias/2101122-estacoes-do-metro-viram-pontos-de-entrega-de-produtos-vendidos-pela-web>

EX-AFRICA. Disponível em <http://culturabancodobrasil.com.br/portal/ex-africa/>

EXPOSIÇÃO HISTÓRIAS AFRO-ATLÂNTICAS APRESENTA 450 TRABALHOS EM SP. Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/exposicao-historias-afro-atlanticas-apresenta-450-trabalhos-em-sp>

FEIRAS EM SP. Disponível em: <https://www.momondo.com.br/discover/feiras-em-sp>

FEIRAPRETAFAZ18 FESTIVAL FEIRA PRETA OCUPA A CIDADE DURANTE OS MESES DE NOVEMBRO E DEZEMBRO COM EXTENSA PROGRAMAÇÃO FOCADA NA CULTURA E EMPREENDEDORISMO NEGROS. Disponível em: <https://pretahub.com/2019/11/08/feirapretafaz18-festival-feira-preta-ocupa-a-cidade-durante-os-meses-de-novembro-e-dezembro-com-extensa-programacao-focada-na-cultura-e-empreendedorismo-negros>

FESTIVAL DO JAPÃO COMEMORA 110 ANOS DA IMIGRAÇÃO. Disponível em <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/festival-do-japao-2018/>

FUNCIONAMENTO DO MICROCRÉDITO. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-funcionamento-do-microcredito,13ad347ea5b13410VgnVCM100000b272010aRCRD>

FUNDAÇÃO CULTURAL PALMARES. Disponível em: http://www.palmars.gov.br/?page_id=95

FUTURO DA SECRETARIA NACIONAL DE POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL PREOCUPA MOVIMENTO NEGRO. Disponível em: <http://www.generonumero.media/futuro-da-secretaria-nacional-de-politicas-de-promocao-da-igualdade-racial-preocupa-movimento-negro>

GIRO IN SAMPA PELO BAIRRO DA LIBERDADE. Disponível em <https://www.fuiserviajante.com/destinos-no-brasil/historia-do-bairro-da-liberdade/>

GEOGRAFIA E ARQUEOLOGIA: UMA VISÃO DO CONCEITO DE RUGOSIDADES DE MILTON SANTOS. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rap/article/download/8635705/3446/5208>

GETZ, DONALD. EVENT TOURISM: DEFINITION, EVOLUTION, AND RESEARCH. HASKAYNE SCHOOL OF BUSINESS, UNIVERSITY OF CALGARY. Acesso em Outubro/2017

http://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/12.08.39_Event%20Toursm%20_GETZ.pdf

GOL COMPRA VARIG POR US\$ 320 MILHÕES. Disponível em http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL15312-9356,00.html

GRADA KILOMBA TEM O LIVRO MAIS VENDIDO DA FESTA EM 2019. Disponível em <https://istoe.com.br/grada-kilomba-tem-o-livro-mais-vendido-da-festa-em-2019/>

GRADA KILOMBA: DESOBEDIÊNCIAS POÉTICAS. Disponível em <http://pinacoteca.org.br/es/programacao/6652/>

HISTÓRIA DA ESCRAVIDÃO. Disponível em <http://www.suapesquisa.com/historiadobrasil/escravidao.html>

LDB - Lei de Diretrizes e Bases da Educação nº 9.394 Completa, Interativa e Atualizada. Disponível em <https://www.cpt.com.br/ldb/lei-de-diretrizes-e-bases-da-educacao-completa-interativa-e-atualizada>

INTERNET NÃO É TERRA SEM LEI RACISMO ONLINE E RACISMO. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/internet-nao-e-terra-sem-lei-racismoonlineeracismo>

KARINA TOLEDO SOLHA, REINALDO MIRANDA DE SÁ TELLES Y VITOR STUART GABRIEL DE PIERI (2017): “Fretamento eventual e turismo na cidade de São Paulo: uma aproximação do tema”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 22 (junio 2017).
En línea:
<http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-saopaulo.html>;
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes22turismo-saopaulo>

LBD ALTERADA PELA 10.639/2003. Disponível em: <https://www.ceert.org.br/programas/educacao/lei>

LEI 10.639 COMPLETA 15ANOS-NA-EDUCACAO-BRASILEIRA-AINDA-COM-DIFICULDADES-DE-IMPLANTACAO. Disponível em <https://www.ufrgs.br/humanista/2018/09/10/lei-10-639-completa-15-anos-na-educacao-brasileira-ainda-com-dificuldades-de-implantacao/>

LEIS JIM CROW CRIARAM ESCRAVATURA COM OUTRO NOME. Disponível em: <https://www.natgeo.pt/historia/2020/02/leis-jim-crow-criaram-escravatura-com-outro-nome>

LEIS PORTARIA SECRETARIA MUNICIPAL DE COORDENADORIA DAS SUBPREFEITURAS SP. Disponível em: <http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/portaria-secretaria-munic-de-coordenad-das-subprefeituras-sp-pi-135-de-1-de-novembro-de-2008/consolidado>

LEFEBVRE, HENRI. 1972. LA VIDA COTIDIANA DO MUNDO MODERNO. Madrid: Alianza Editorial. 2004. A revolução urbana. Belo Horizonte: Editora UFM. Disponível em

http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/RDG/RDG_14/RDG14_Resenha_Lefebvre.pdf

LOJA COLABORATIVA: O QUE É, COMO FUNCIONA, VANTAGENS E COMO PARTICIPAR. Disponível em

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/loja-colaborativa-o-que-e-como-funciona-vantagens-e-como-participar,3a5a33e06c9cf510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

MATILDE RIBEIRO OS MARCOS DESAFIOS E DERROTAS DA SEPPIR NO GOVERNO LULA. Disponível em: <https://almapreta.com/editorias/realidade/matilde-ribeiro-os-marcos-desafios-e-derrotas-da-seppir-no-governo-lula>

MEC EXTINGUE SASE. Disponível em: <https://www.deolhonosplanos.org.br/mec-extingue-sase/>

MERCADO LIVRE DARÁ R\$ 245 MILHÕES EM CRÉDITO PARA EMPREENDEDORES. Disponível em <HTTPS://EXAME.ABRIL.COM.BR/PME/MERCADO-LIVRE-DARA-R-245-MILHOES-EM-CREDITO-PARA-EMPREENDEDORES/>

MEHRSA BARADARAN. *THE COLOR OF MONEY: BLACK BANKS AND THE RACIAL WEALTH GAP.* Disponível em <https://academic.oup.com/ahr/article/123/3/966/5025259>

MULHERES NEGRAS INOVACAO TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO SE DESTACAM EM LUTA CONTRA DESIGUALDADES. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/183557/mulheres-negras-inovacao-tecnologia-e-empreendedorismo-se-destacam-em-luta-contra-desigualdades>

NEGRAS MOVIMENTAM R\$ 704 BI POR ANO, MAS SÃO ESCANTEADAS PELA PUBLICIDADE. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/10/negras-movimentam-r-704-bi-por-ano-mas-sao-escanteadas-pela-publicidade.shtml>

NO BRASIL, OBAMA DIZ TER SIDO 'FRUSTRANTE' NÃO CONSEGUIR RESTRINGIR VENDA DE ARMAS NOS EUA. Disponível em https://www.huffpostbrasil.com/entry/barack-obama-brasil_br_5cf003c8e4b0e8085e3676ef

NORBERT ELIAS E ERIC DUNNING: ESTUDOS SOCIOLÓGICOS ACERCA DO DESPORTO E DO LAZER. Disponível em http://www.uel.br/grupo-estudo/processoscivilizadores/portugues/sitesanais/anais9/artigos/comunicacao_oral/art3.pdf

'NOSSO SUCESSO É UM FAROL', DIZ DONA DE MARCA DE PRODUTOS PARA CABELO AFRO. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2019/10/nosso-sucesso-e-um-farol-diz-dona-de-marca-de-produtos-para-cabelo-afro.shtml>

“O BRASIL AINDA ME DÁ ESPERANÇA”, DECLARA ANGELA. Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-brasil-ainda-me-da-esperanca-declara-angela-davis/>

O RACISMO COTIDIANO. Disponível em <https://www.publishnews.com.br/materias/2019/07/15/o-racismo-cotidiano>

OS COMERCIAIS INESQUECÍVEIS DA VARIG. Disponível em <https://vejasp.abril.com.br/blog/memoria/varig-comerciais-inesqueciveis/>

OPINIAO CULPA RECIPROCA EMPREGADO PEJOTIZACAO. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-jul-09/opinioao-culpa-reciproca-empregado-pejotizacao>

O TURISMO EM ÁFRICA VAI DINAMIZAR O CRESCIMENTO ECONÓMICO, CRIAR NOVOS POSTOS DE TRABALHO E ULTRAPASSAR OUTRAS REGIÕES EM NOVOS INVESTIMENTOS TURÍSTICOS. Disponível em <https://www.worldbank.org/pt/news/press-release/2013/10/03/africa-tourism-economic-growth-new-jobs-tourism-investment.print>

PALESTRAS TRATAM DA RELEVÂNCIA DO AFROEMPREENDEDORISMO. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/palestras-tratam-da-relevancia-do-afroempreendedorismo/>

PATRICIA HILL COLLINS DÁ CONFERÊNCIA GRATUITA E ABERTA NA USP; VEJA MAIS DICAS. Disponível em <https://revistacult.uol.com.br/home/patricia-hill-collins-cultura-em-movimento/>

PARELHEIROS TEM 7,8% MAIS NEGROS QUE PINHEIROS DIZ LEVANTAMENTO. Disponível <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/09/parelheiros-tem-78-vezes-mais-negros-que-pinheiros-diz-levantamento.html>

PERFIL SOCIAL, RACIAL E DE GÊNERO DAS 500 MAIORES EMPRESAS DO BRASIL E SUAS AÇÕES AFIRMATIVAS. Disponível em file:///C:/Users/magazine/Desktop/MESTRADO%20PPTUR/Perfil_social_racial_genero_500empresas.pdf

POLÍTICAS DE AÇÃO AFIRMATIVA PARA NEGROS NO BRASIL: ELEMENTOS PARA UMA REFLEXÃO INICIAL NO SERVIÇO SOCIAL. Disponível em: http://osocialemquestao.ser.puc-rio.br/media/OSQ_37_art_2_Marques_Junior.pdf

POLÍTICA DE PROMOÇÃO DE IGUALDADE RACIAL. Disponível em <http://www.seppir.gov.br/central-de-conteudos/noticias/2017/01-janeiro/voce-conhece-a-seppir-1>

POSITIVISMO. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Positivismo>

POPULAÇÃO NEGRA MOVIMENTA R\$ 1,7 TRILHÃO NO BRASIL, REVELA PESQUISA DO INSTITUTO LOCOMOTIVA. Disponível em:

<https://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/populacao-negra-movimenta-r-17-trilhao-no-brasil-revela-pesquisa-do-instituto-locomotiva/>

PRECISAMOS FALAR SOBRE O “BLACK MONEY”. Disponível em <https://www.geledes.org.br/precisamos-falar-sobre-o-black-money/>

PRESIDENTE DA FUNDACAO PALMARES CHAMA MOVIMENTO NEGRO DE ESCORIA MALDITA. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/03/presidente-da-fundacao-palmares-chama-movimento-negro-de-escoria-maldita>

PROGRAMA PRÓ-EQUIDADE DE GÊNERO E RAÇA. Acesso em Outubro/2017. <http://www.ipea.gov.br/sites/proequidade>

PROJETO DE LEI NRº 791/2019. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/propositura/?id=1000271768>

RACISMO INSTITUCIONAL - UMA ABORDAGEM CONCEITUAL. Disponível em <http://www.seppir.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/pub-acoes-afirmativas/racismo-institucional/view>

REDES COM MENORES NÍVEIS DE EFICÁCIA MANTÊM UM MODO DE GOVERNANÇA COMPARTILHADA, EM QUE AS DECISÕES SÃO POUCO CENTRALIZADAS, COM BAIXO NÍVEL DE FORMALIZAÇÃO DE PROCESSOS E LIMITADA ESPECIALIZAÇÃO.

Artigo - *Governança e Eficácia de Redes Interorganizacionais Comparação entre Iniciativas Brasileiras de Redes de Cooperação*. Available from: https://www.researchgate.net/publication/320550441_Governanca_e_Eficacia_de_Reddes_Interorganizacionais_Comparacao_entre_Iniciativas_Brasileiras_de_Reddes_de_Cooperacao

REFLETIR SOBRE A FORMAÇÃO DOS PROFESSORES ACERCA DA HISTÓRIA E DA CULTURA AFRO-BRASILEIRA E AFRICANA, EXIGIDA PELA LEI 10.639 DE 2003. Disponível:

https://www.encontro2018.sp.anpuh.org/resources/anais/8/1529080696_ARQUIVO_RefletirsobreformacaodosprofessoresacercadaHistoriaedaCulturaAfro-Historia.pdf

RELATÓRIO DA ONU ENCORAJA PAÍSES AFRICANOS A APOIAR SETOR DE TURISMO. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/relatorio-da-onu-encoraja-paises-africanos-a-apoiar-setor-de-turismo/>

REVISTA ACONTECE EM SÃO PAULO. Feiras de Artesanato. Maio 2019. p. 42-43. SMTur.

SIGNIFICADO DO DIA DA CONSCIÊNCIA NEGRA. Disponível em <https://www.significados.com.br/dia-da-consciencia-negra/>

SECRETARIA DE PROMOCÃO DA IGUALDADE RACIAL SERÁ MANTIDA INFORMA FUTURA MINISTRA. Disponível em

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/12/17/secretaria-de-promocao-da-igualdade-racial-sera-mantida-informa-futura-ministra.ghtml>

SEGUNDA GUERRA MUNDIAL. Disponível: <http://brasilecola.uol.com.br/historiag/segunda-guerra-mundial.html>

SEBRAE - O QUE FAZEMOS? Disponível em http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos

SISTEMAS. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/sistema-s>

SOBRE O CONCEITO DE REDES SOCIAIS E SEUS PESQUISADORES. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022015000400863

STF EQUIPARA INJURIA RACIAL A RACISMO E CRIME PASSA A SER IMPRESCRITIVEL NO TOCANTINS MOVIMENTO NEGRO COMEMORA DECISAO INEDITA. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2018/06/07/stf-equipara-injuria-racial-a-racismo-e-crime-passa-a-ser-imprescritivel-no-tocantins-movimento-negro-comemora-decisao-inedita>

TUDO PODER AO POVO NEGRO EMORY DOUGLAS E OS PANTERA NEGRA. Disponível em <http://www.canalaberto.com.br/index.php?r=clientes/prorrogada-todo-poder-ao-povo-emory-douglas-e-os-panteras-negras-no-sesc-pinheiros>

TRABALHO, TEMPO LIVRE E LAZER: uma reflexão sobre o uso do tempo da população brasileira. Disponível em: <http://www.pg.utfpr.edu.br/dirppg/ppgep/dissertacoes/arquivos/154/Dissertacao.pdf>

33% DOS BRASILEIROS NÃO TEM ACESSO A INTERNET ENTENDA. DISPONÍVEL EM: <https://www.techtudo.com.br/notivias/2019/06/33percent-dos-brasileiros-nao-tem-acesso-ainternet-entenda.ghtml>

TRAMITAÇÃO PL 4057/2015. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=5CBA4A303DC59E4F683B7E90F9027E33.proposicoesWebExterno1?codteor=1424339&filename=Tramitacao-PL+4057/2015

THE FORMS OF CAPITAL (1986). In Richardson, J. Handbook of theory and Research for the sociology of Education, Welsport, CT:Greenwood, pp. 241-58. Disponível em: <https://www.socialcapitalgateway.org/content/paper/bourdieu-p-1986-forms-capital-richardson-j-handbook-theory-and-research-sociology-educ>

TURISMO E PÓS-MODERNIDADE: TEORIA, CULTURA E SUSTENTABILIDADE. Disponível em http://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/4347/1/2009_MarinaSalimPires.pdf

UMA CLASSE MEDIA MAIS NEGRA. Disponível em: https://istoe.com.br/239738_uma+classe+media+mais+negra

VEJA A CRONOLOGIA DA CRISE DA VARIG. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u108398.shtml>

VERMELHO, 2015. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022015000400863

VÍDEO CLIP EM COMEMORAÇÃO AOS 18 ANOS DE FEIRA PRETA. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pyVePjTi1vY>

20 PERSONALIDADES NEGRAS QUE FIZERAM HISTÓRIA NO BRASIL E NO MUNDO. Disponível em <https://www.bol.uol.com.br/listas/personalidades-negras-que-fizeram-historia-no-brasil-e-no-mundo.htm>

22º FESTIVAL DO JAPÃO REALIZA O 22º FESTIVAL DO JAPÃO RECEBE VISITANTES COM MAIS CONFORTO E NOVIDADES. Disponível em <https://www.festivaldojapao.com/releasepos-fj2019/>

ANEXOS

ANEXO A — Anais 1º Confetur 2019, propostas finais do GT2 Calendário de Eventos Inteligentes, para andamento da SMTur, pág. 62.

GRUPO DE TRABALHO 2 CALENDÁRIO INTELIGENTE DE EVENTOS

PROPOSTAS PRIORITÁRIAS

1. Criar estrutura ou ferramenta que facilite a obtenção das autorizações públicas para realização de eventos, simplificando a forma de obtenção de alvará para eventos de pequeno porte, bem como a formulação do Guia Municipal de Realização de Eventos, com normas e informações de procedimento de diversos órgãos para obtenção de todas as licenças e autorizações para realização de eventos na cidade, incluindo orientações sobre acessibilidade, contidas no Guia para Acessibilidade, em Eventos da SMPED.

2. Estabelecer um calendário de eventos unificado da cidade.

3. Desenvolver ferramenta colaborativa que concentre as informações dos eventos de relevância turística, ou potencial turístico, facilitando a divulgação e a análise do calendário da cidade.

PROPOSTAS APROVADAS

4. Realizar, coordenar e/ou dar suporte aos eventos públicos municipais, considerando, inclusive, as questões de acessibilidade em todos os níveis.

5. Captar eventos para a cidade que garantam fluxo de turistas ou promovam a imagem de São Paulo.

6. Restabelecer a Comissão para Avaliação dos Eventos, para revisar o Calendário de Eventos Oficial da Cidade de São Paulo - Lei Municipal 14.485/07.

7. Para os eventos que compõem o calendário oficial da cidade de São Paulo - Lei 14.485/07, criar norma que estabeleça a necessidade de diálogo com os estabelecimentos turísticos e correlatos no processo de planejamento, quan-

do esses estão localizados em área impactada pelo evento; realização de pesquisa de perfil de público e compartilhamento dos dados abertos com o Observatório do Turismo; nomeação e divulgação de responsáveis pelo evento em cada um dos órgãos envolvidos; realização de avaliação pós-evento com todos os órgãos e instituições participantes e apoiadores; e elaboração de relatório de lições aprendidas a ser compartilhado com todos os interessados.

8. Definir regulamento que estabeleça critérios para que seja oferecido apoio a eventos (institucional, fomento e estrutural).

9. Implantar comitê intersecretarial para alinhar fluxo de trabalho e comunicação, facilitando a realização de grandes eventos públicos e privados.

10. Realizar estudo junto ao mercado do turismo que aponte necessidade de adequações da Lei Cidade Limpa, de forma a viabilizar eventos e projetos de turismo, sem danos aos benefícios que a Lei trouxe para São Paulo.

11. Estabelecer parcerias com organizadores de eventos para disponibilizar espaço para Central de Informação Turística móvel nos principais eventos da cidade.

12. Estabelecer parcerias com organizadores de eventos para realização de pesquisa de perfil de público e avaliação da cidade nos eventos.

13. Implantar comitê para integração das ações para as comemorações do bicentenário da independência - 2022.

14. Implantar comitê para integração das ações para as comemorações do centenário da Semana de Arte Moderna de 1922.

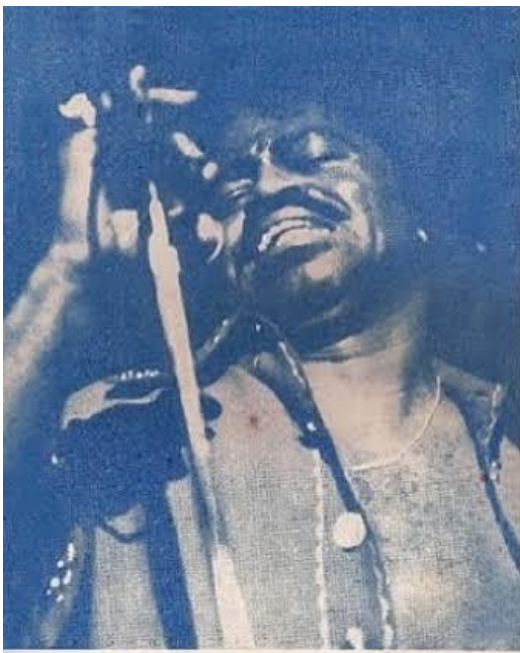
15. Implantar comitê para integração das ações de comemoração da Semana Municipal da Gastronomia.

NOVAS PROPOSTAS

16. Estimular eventos que promovam a economia criativa e festivais de rua com apoio estratégico e ações da Secretaria Municipal de Turismo.




ANEXO B — Ingressos Bailes Black da Chic Show na S.E. Palmeiras década de 80.



JAMES BROWN
POLYDOR INCORPORATED

CHIC SHOW

CHIC SHOW
A REUNIÃO DOS BLACK'S 78
11 de Novembro - Sábado
S. E. PALMEIRAS
RUA TURIASSU N.º 1840
PRESENT'S A'LIVE
JAMES BROWN
(O MAIOR BALANÇO DO MUNDO)
CONSIDERADO PELA REVISTA CASH BOX, O MAIOR
INTERPRETE DE SOUL NOS U.S.A. E EUROPA
E
JB's BAND
A BANDA BLACK MAIS FAMOSA DO MUNDO
ÔNICA APRESENTAÇÃO PARA OS BLACK'S PAULISTA
CONVITES A VENDA:
GE CABELEIREIROS - RUA 34 DE MAIO, 16 - LOJA 11
MAXI SOM - RUA BARÃO DE ITAPETINGA, 192
SIMÃO DISCOS - RUA BUTANTÁ, 96 - PINHEIROS
PONTAL MODAS - R. VOL. DA PATRIA, 2509 - SANTANA



CHIC SHOW
O MAIOR ARQUIVO MUSICAL
PRESENT'S
9 DE AGOSTO
SÁBADO

TIM MAIA AO VIVO
S. E. PALMEIRAS

—●—
AOS DOMINGOS O BALANÇO DO CHIC SHOW
NO SÃO PAULO CHIC... SOFISTICADO
RUA BRIGADEIRO GALVÃO, 723
—●—
TODAS AS SEXTAS FEIRAS, VOCE VOLTA
A DANÇAR AQUELAS MELODIAS DO PASSADO
UM SOM TODO TRANZADO PRÁ VOCE
NO
SÃO PAULO CHIC A COQUELUCHE DA CIDADE

Mappin **CHIC SHOW**
APRESENTAM AO VIVO

ROGER

DIA:
13 DE AGOSTO
SABADO
21: HORAS

SOCIEDADE
ESPORTIVA
PALMEIRAS
R. TURIASSU, 1040

E O GRUPO



CHIC SHOW
PRODUCTS

Fonte: Acervo pessoal de Adilson Valêncio (Ringo).

ANEXO C — Afroempreendedora do setor de cosméticos fala da importância de participar da Feira Preta.

FOLHA DE S.PAULO



'Nosso sucesso é um farol', diz dona de marca de produtos para cabelo afro

Sheila Makeda encontrou na Feira Preta, iniciativa finalista do Troféu Grão, a chance de se firmar como mulher de negócio negra e da periferia

18.out.2019 às 8h00

Cristiano Cipriano Pombo (<https://www1.folha.uol.com.br/autores/cristiano-cipriano-pombo.shtml>)

Rodolfo Stipp Martino (<https://www1.folha.uol.com.br/autores/rodolfo-stipp-martino.shtml>)

SÃO PAULO Para vender cosméticos para cabelos crespos e cacheados, Sheila Makeda, 42, diz ter encontrado uma chance de ouro em 2012: a Feira Preta.

A entrevista tem 3 páginas.

Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2019/10/nosso-sucesso-e-um-farol-diz-dona-de-marca-de-produtos-para-cabelo-afro.shtml>

ANEXO D — Decreto ao qual a Feira da Praça Benedito Calixto está subordinada.

24/01/2021 PORTARIA SECRETARIA MUNICIPAL DE COORDENAÇÃO DAS SUBPREFEITURAS - SMSP/SP/PI Nº 135 DE 31 DE OUTUBR...

**PORTARIA SECRETARIA MUNICIPAL DE COORDENAÇÃO DAS
SUBPREFEITURAS - SMSP/SP/PI Nº 135 DE 31 DE OUTUBRO DE 2008**

Institui novo Regulamento para Feira de Arte, Cultura e Lazer da Praça Benedito Calixto,

PORTARIA 135/08 - SP/PI/SMSP

Nilton Elias Nachle, Subprefeito de Pinheiros, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei;

Considerando o Decreto nº 43.798, de 16.09.03, que dispõe sobre o funcionamento das Feiras de Arte, Artesanato e Antiguidades no Município de São Paulo,

Resolve:

Instituir novo Regulamento para Feira de Arte, Cultura e Lazer da Praça Benedito Calixto,

REGULAMENTO DA FEIRA DE ARTE, CULTURA E LAZER DA PRAÇA BENEDITO CALIXTO

Fonte:<http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/portaria-secretaria-munic-de-coordenad-das-subprefeituras-sp-pi-135-de-1-de-novembro-de-2008/consolidado>

ANEXO E — Relatório da ONU 2015: *Brazil “Minorities urge that promises official equality be fulfilled” — UN Rights Expert / Brasil “Minorias pedem que promessas de igualdade sejam cumpridas” — especialista em direitos da ONU.*

NEWS RELEASE



Para a versão em português, veja abaixo
Portuguese version, see below

Brazil: “Minorities urge that promises of equality be fulfilled” – UN rights expert


BRASILIA (24 September 2015) – The United Nations Special Rapporteur on minority issues, Rita Izsák, today warned that “minority groups in Brazil have not seen the promises of equality fulfilled despite the myriad of laws, policies and affirmative action programs designed to overcome the challenges of the most vulnerable communities.”

“I do believe that Brazil is on the right track in terms of developing laws and policies to tackle discrimination, racism and injustice,” Ms. Izsák said* at the end of her first official visit to the country to identify and assess the main issues facing ethnic, religious and linguistic minorities.

“However,” she stressed, “many of these legislative developments, whilst having impact in the long term, do not meet the urgent demands that disadvantaged minorities often want and need.”

Fonte: https://ohchr.org/Documents/Issues/IEMinorities/SR_Minorities_Brazil_Portuguese.pdf

ANEXO F — Confirmação SPTuris sobre a Feira Preta e sua atuação atendendo o calendário de Eventos Oficial da Cidade de São Paulo - Lei Municipal 14.485/07.

 Ouvidoria - SPTuris
para mim ✉

18 de jan. de 2021 09:16 (há 13 dias) ☆ ↶ ⋮

Prezada Vanderleia, bom dia.

Segue resposta do nosso departamento de Turismo.

De fato a Feira Cultural Preta faz parte do calendário oficial da cidade. No entanto, pelo menos nas últimas edições contou com apoio do governo federal, através da Secretaria da Cultura e da Lei de Incentivo à Cultura e outros patrocinadores e apoiadores da iniciativa privada.

A Feira Cultural Preta ocorreu em 2019 entre os dias 19 e 23 de novembro. O local foi o IMS e o Largo da Memória. Também houve eventos no Memorial da América Latina nos dias 7 e 8 de dezembro.

Em 2018 ocorreu entre os dias 10 e 20 de novembro, em diversos equipamentos como: na Praça das Artes, no Teatro Municipal, Tamie Othalie, e Instituto Moreira Salles. Esta edição em específico contou com o apoio da prefeitura.

Vale ressaltar que não respondemos pela prefeitura e nem pelas secretarias, não temos informações específicas das ações apoiadas por eles. Estas informações foram pesquisadas pela internet.





Atenciosamente

Ouvidoria

SPTuris

tel.: +5511 2228-0432

www.spturis.com | www.cidadedesapaulo.com

ANEXO G — Projeto de Lei nº 791/19 institui “Política Estadual de Fomento ao Afroempreendedorismo, no Estado de São Paulo.

PROJETO DE LEI Nº 791, DE 2019

Institui o "Programa Estadual de Fomento ao Afroempreendedorismo, no Estado de São Paulo".

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO
DECRETA:

Artigo 1º - Fica instituída no Estado de São Paulo, a Política Estadual de Fomento ao Afroempreendedorismo, com a finalidade de criar condições para aumentar a inclusão, a produtividade e o desenvolvimento sustentável de empreendimentos liderados por negras e negros, na geração de trabalho, emprego e renda, por meio de processo socialmente justo, economicamente viável e ambientalmente sustentável, que oportunize as pessoas e suas famílias vida digna pelo seu próprio trabalho, como alternativa real ao modo tradicional de organização da produção e distribuição dos frutos do trabalho.

Artigo 2º - Para os fins desta Lei, adotam-se as seguintes definições:

I - negra e negro: pessoas que se autodeclaram pretas e pardas, conforme o quesito cor ou raça utilizado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, ou que adotam autodefinição análoga;

II - empreendedor: agente social, formal ou não, pessoa física ou jurídica, individual ou coletiva, que assume riscos para criar ou refazer produtos e processos, explorar novos mercados e reestruturar organizações de forma inovadora;

III - empreendedorismo de negros e mulheres: ação criativa e inovadora de construção da autonomia econômica e financeira, de geração de renda, a partir do trabalho em empreendimento econômico, considerando a riqueza cultural e a formação profissional de negros e mulheres;

IV - empoderamento econômico: autonomia e capacidade de contribuição com o desenvolvimento econômico da sociedade, por intermédio do trabalho produtivo e conseqüente melhoria da qualidade de vida;

V - economia solidária: conjunto de iniciativas que organizam a produção de bens e serviços, o acesso e a construção do conhecimento, a distribuição, o consumo e o crédito, em consonância com princípios e práticas de autogestão, democracia, solidariedade, cooperação, equidade, valorização do meio ambiente, valorização do trabalho humano, valorização do saber local e igualdade de gênero, geração, etnia e credo;

VI - Comércio justo e solidário: prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade realizada pelos empreendimentos econômicos solidários.

Artigo 3º - Para efeito do disposto nesta Lei, serão contem-

ANEXO H — Evento Câmara Municipal da cidade de São Paulo - Dia do Afroempreendedor (Foto/Convite/Certificado).



Fonte: Materiais/Fotos oficiais do evento – Evento organizado pelo Vereador André Santos, Câmara Municipal da cidade de São Paulo, 2019.

ANEXO I — *Folders* dispostos no *display* da agência bancária.

