

## **Escurecendo<sup>1</sup> sobre o Afroempreendedorismo e Black Money no Triângulo Mineiro**

Lillian Aparecida Vieira Sellis – sellislillian@gmail.com

Orientadora: Profa. Dra. Camilla Soueneta Nascimento Nganga – camillasn@ufu.br

### **RESUMO**

O afroempreendedorismo é abordado como uma forma de fortalecimento e empoderamento da comunidade negra, utilizando sua cultura e experiências para trazer mais empoderamento e cuidado para a comunidade. O movimento “Black Money” é mencionado como uma possível forma de enfrentar o racismo no Brasil, promovendo a circulação de dinheiro entre a comunidade negra. O objetivo geral da pesquisa foi entender a relação entre o afroempreendedorismo e o Black Money, por meio de um estudo de caso em um salão de beleza voltado para a valorização da estética negra. Os resultados da pesquisa indicam que o afroempreendedorismo está diretamente ligado ao Black Money, e que o afroempreendedor muitas vezes desconhece que está contribuindo com o movimento. O pertencimento étnico, o despreparo para gestão financeira e a necessidade de políticas públicas voltadas para o tema são os pontos que mais se destacaram dentro da pesquisa, evidenciando ainda mais o carência de pesquisas nessa área.

**Palavras-Chave:** Black Money. Afroempreendedorismo. Gestão.

### **Shedding Light on Afro-entrepreneurship and Black Money in the Triângulo Mineiro**

### **ABSTRACT**

Afro-entrepreneurship is approached as a way to strengthen and empower the black community, using its culture and experiences to bring more empowerment and care to the community. The “Black Money” movement is mentioned as a possible way to combat racism in Brazil by promoting the circulation of money within the black community. The overall objective of the research was to understand the relationship between afro-entrepreneurship and Black Money through a case study in a beauty salon focused on the valorization of black aesthetics. The research results indicate that afro-entrepreneurship is directly linked to Black Money, and that afro-entrepreneurs often unaware that they are contributing to the movement. Ethnic belonging, lack of financial management skills, and the need for public policies focused on the topic were the most prominent points within the research, further highlighting the lack of research in this area.

**Keywords:** Black Money. Afro-entrepreneurship. Management.

---

<sup>1</sup> O termo “escurecer/escurecendo” vem de uma abordagem decolonial. De acordo com Gomes (2018), o decolonialismo refere-se a uma corrente de pensamento e estudos acadêmicos que aborda as questões relacionadas à colonização, descolonização e pós-colonialismo. Essa abordagem crítica busca desconstruir as estruturas e relações de poder estabelecidas durante o período colonial e examinar os efeitos contínuos dessas dinâmicas coloniais na sociedade contemporânea. Logo, a substituição de “esclarecer” por “escurecer”, se baseia nessa corrente de pensamento.

## 1. INTRODUÇÃO

A história do Brasil é marcada por diversos momentos em que o povo negro teve que se provar e procurar meios de sobrevivência para além do que lhe era oferecido. Sempre inseridos na informalidade, criaram formas de sobreviver, inclusive no período pós abolição, que reestrutura a relação do povo negro com o mercado de trabalho (PASSOS, 2020). Monteiro (2013) conta que, após a abolição, os negros foram colocados à própria sorte, tendo que cuidar da sua própria capacitação e se conformando com subempregos mal remunerados, e ressalta que os danos causados no passado de forma coletiva a população negra no Brasil, dificulta a ascensão social e econômica de forma individual deste povo, tornando assim a coletividade essencial para o fortalecimento da comunidade e ajudando assim sua ascensão nessas áreas.

Crescentemente se tem refletido e dialogado sobre o negro na sociedade, com diversas abordagens que relatam e demonstram a importância dos recortes raciais dentro das mais diferentes temáticas para assim ajudar a evidenciar ainda mais as disparidades sociais e pensar maneiras de combatê-las. Porém, ainda há discussões pouco desenvolvidas e que apresentam potencial de contribuir para o fortalecimento da comunidade negra, tais como as reflexões sobre o afroempreendedorismo (SILVA, 2021) bem como acerca do movimento “*Black Money*”, que é visto como uma possível forma de enfrentar o racismo no Brasil, fazendo o dinheiro circular entre mãos negras (SILVA, 2019).

O afroempreendedorismo pode ser considerado uma forma de diminuir a desigualdade social, já que os empreendimentos baseados em narrativas afroreferenciadas geram renda entre os negros (OLIVEIRA, 2020), e vale ressaltar que não há como tratar de equidade racial e desenvolvimento econômico de forma individual, já que as condições econômicas influenciam muito na disparidade social existente no país (SOUZA, 2015). Hoje tem-se cada vez mais pessoas negras consumindo produtos e serviços que resgatam sua ancestralidade (MOVIMENTO BLACK MONEY, 2019), aspecto interessante pois demonstra que o afroempreendedorismo está para além do fator econômico, auxiliando no encontro do empoderamento financeiro com empoderamento de ser negro, que é o que acaba por inspirar cada vez mais a criação de afroempreendimentos.

Destaca-se que em 2019 o número de pessoas formalizadas como MEI (microempreendedor individual) eram de aproximadamente 8,4 milhões de pessoas, em que 49% desses eram pessoas negras, totalizando aproximadamente 4,2 milhões de empreendedores negros formalizados segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019), sendo um grupo que faz do seu negócio sua única fonte de renda, e resistência ao crescimento do desemprego, como é mostrado na pesquisa realizada pelo Plano CDE junto com o portal PRETAHUB (2018), que no quarto trimestre de 2020, correspondia a aproximadamente 73% dos mais de 13 milhões de desempregados no país, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020).

De acordo com Martins e Santos (2013), os empreendedores negros, além de viver sua maioria na informalidade, ainda apresentam dificuldades com a falta de experiência e conhecimento de ferramentas teóricas para ajudar na prosperidade do negócio. Pesquisas anteriores já demonstraram que a falta de conhecimento contábil por parte de gestores de microempreendimentos individuais é um dos principais fatores que impactam no fechamento desses negócios (SEBRAE, 2019).

Diante do exposto, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa, quais as características de um afroempreendimento e como ele se relaciona com o Black Money? Assim, a pesquisa tem por objetivo geral entender o relacionamento do afroempreendedorismo com o Black Money, por meio de um estudo de caso em um salão voltado a valorização da estética negra, localizado em uma cidade do Triângulo Mineiro (Minas Gerais), entendendo suas especificidades. Como objetivos específicos, tem-se:

- (i) Conhecer o histórico da empresa analisada;
- (ii) Compreender se há circulação de dinheiro e criação de redes de negócios com outros empreendedores negros;
- (iii) Analisar sobre a gestão do empreendimento.

No desenvolvimento da presente pesquisa, o Afroempreendedorismo será tratado como o empreendedorismo voltado e dedicado ao fortalecimento e empoderamento da comunidade negra (NASCIMENTO, 2018), e não apenas como um empreendimento gerido por pessoas negras, visto que sua diferenciação evidencia o movimento “Black Money”.

Esse artigo se justifica pelo fato do afroempreendedorismo estar sendo vislumbrado como alternativa para pessoas negras superarem a desigualdade econômica e social em que estão inseridas, em que podem usar suas culturas e vivências para trazer mais empoderamento aos seus, ajudando assim no amor-próprio e cuidado da comunidade (CAMPOS, 2018).

A presente pesquisa busca contribuir com as reflexões sobre Gestão e Afroempreendedorismo, discussão que é incipiente no contexto da pesquisa em Contabilidade, visto pela falta de materiais ligados a temática, e contribuir para a explanação do termo e movimento Black Money ligado ao afroempreendedorismo, contribuindo dessa forma para o que a ONU chamou de Década Internacional dos Afrodescendentes que compreende o período de 2015 à 2024, visando mais reconhecimento, justiça e desenvolvimento para a população negra, de acordo com o Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania (2018)

Dessa forma, espera-se contribuir também com o debate sobre ferramentas que possam agregar possíveis transformações e avanços para a comunidade negra, ajudando assim essa população a diminuir as mazelas que foram impostas desde a época da escravidão e permeiam até hoje, e incentivando aos profissionais contábeis que entendam as particularidades da gestão feitas pelos afroempreendedores, visto que o trabalho destes, para além de proveito financeiro, busca também o fortalecimento étnico de toda uma comunidade.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

Neste capítulo serão apresentadas as definições de afroempreendedorismo e Black Money de forma singular, para entender o que cada um representa. É importante a apresentação desses termos de forma separada para entender a potência desses movimentos e entender a sua relação no decorrer deste trabalho.

### **2.1 Afroempreendedorismo**

O empreendedorismo alimenta o indivíduo e transforma contextos, nesse sentido, o comportamento empreendedor leva à destruição conceitos antigos que, por serem antigos, não têm capacidade de surpreender e encantar. A essência do empreendedorismo se encontra na mudança, por esse motivo o empresário vê o mundo com novos olhos, com novos conceitos, novas atitudes e objetivos (BAGGIO, 2015)

O povo negro, já empreende desde antes do termo se popularizar, tendo em vista que, diante das condições de vida em que foram submetidos no período pós-abolição, o afroempreendedorismo veio como forma de sobrevivência em meio a necessidade (RIBEIRO, 2013). Percebe-se que pouco se modificou desde então, considerando a crescente alta de desemprego que atinge de forma considerável a população negra e, assim, muitas pessoas negras encontram como forma de resistência à essa realidade o empreendedorismo, o que justifica o alto crescimento de pessoas negras nesse setor (TOMÉ, 2019).

O Afroempreendedorismo se difere do empreendedorismo por especificidades que vão para além do “afro” na palavra, por mais que não exista um significado geral que possa ser encontrado em um dicionário, o afroempreendedorismo estimula debates e reflexões que nos

levam a pensar em maneiras de reafirmação de um povo que já empreende a mais de 300 anos. Santos (2017) afirma que o afroempreendedorismo atua também como canal para gerar discussões sobre temas como a inserção social, o racismo e o empoderamento. Se etimologicamente ainda não sabemos sua origem correta, em compensação ganhamos mais uma caracterização de empreendedor. Nesse sentido, Campos (2018, p. 13) reforça a importância da valorização do Afroempreendedorismo:

O afroempreendedorismo no país é considerado uma estratégia de grande relevância para a população negra brasileira, em função da criação de empregos e renda para milhões de cidadãos, proporcionando autoidentificação entre negros e negras se embasando com referências de sucesso que, consequentemente influencia na autoestima dessa população.

Na década de 90, em resposta a luta do povo negro, foram criadas instituições que seriam voltadas exclusivamente para o afroempreendedorismo: o Centro de Assessoramento e Coordenação Empresarial (CACE) em São Paulo, o Centro de Estudos e Assessoramento de Empresários e Empreendedores Afro brasileiros (CEM) e o Círculo Olympio Marques (COLYMAR) e posteriormente a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários (ANCEABRA) e os Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro brasileiros (CEABRAS). Esses dois últimos ainda compuseram uma pareceria com o SEBRAE formando o projeto “Brasil Afroempreendedor”, que tinha como objetivo até 2015 promover ações de capacitação e formação de afroempreendedores em 12 estados brasileiros (INSTITUTO IAB, 2014). Neste período, o SEBRAE desenvolveu pesquisa denominada “Donos do negócio” demonstrando que, de 2013 a 2017, o número de empreendedores negros cresceu em 3%, enquanto o de empreendedores brancos em 2013 aumentou em 4% e posteriormente caiu 3% em 2017. (MARINS, 2019). Oliveira, Pereira e Souza (2013, p. 23), falam da importância que políticas públicas podem exercer no contexto dos afroempreendimentos:

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

Os afroempreendedores ainda tem que lidar com as questões racistas que a estrutura do país impõe e, segundo pesquisa realizada pelo Movimento Black Money em parceria com a RD Station e Inventivos (2021), o acesso ao crédito e o preconceito racial ainda são os maiores obstáculos do empreendedor negro. Silva (2019) também fala da grande dificuldade de se empreender no Brasil, principalmente para afrodescendentes que, para além das burocracias padrões como carga tributária e falta de educação empreendedora, tem que enfrentar um legado de segregação e exclusão.

Almeida (2013) diz que, como forma de enfrentar o sistema, os afroempreendedores usam como estratégia para alavancar seus negócios o pertencimento étnico, apostando assim em produtos voltados para a identidade negra. Silva (2019, p.25) reforça a importância desse movimento criado como forma de resistência:

A prática de consumo entre o afroempreendedor e a sua clientela vai além de uma simples troca comercial, por meio dessa transação compartilham-se símbolos, visão do mundo, autoafirmação, visão de vida e posicionamento político contra o racismo entranhado no cotidiano, apostando muitas vezes na identidade visual para promover produtos e serviços.

Sendo assim, o Afroempreendedorismo vem como uma saída que une pertencimento social, com uma possível mobilidade social atrelados com a difusão da cultura negra. Por mais que ainda haja tantas disparidades no país, a população negra vem tentando driblar isso e juntamente agregando pertencimento aos seus, com produtos e serviços voltados a sua valorização. O avanço pode vir a passos pequenos, mas aos poucos os donos do negócio do Brasil vão conseguindo realmente seu espaço.

## **2.2. Black Money**

No século 20, já era falado por Marcus Garvey, um dos maiores ativistas negros da história do movimento nacionalista negro jamaicano, sobre a importância de a comunidade negra gerar riqueza própria para assim ajudar na sua independência. Em um período pós Apartheid, regime de segregação racial que vigorou na África do Sul durante grande parte do século XX., a comunidade negra conseguiu se manter apenas consumindo produtos e serviços de outras pessoas negras, dentro da comunidade, fazendo assim o dinheiro apenas circular entre eles (MARTINI, 2020).

A população negra atualmente representa uma parte importante para a economia, segundo o IBGE, a população negra compõe 56% da população brasileira, e injeta cerca de 1,7 trilhões de reais por ano na economia, e mesmo assim representam a parcela mais pobre do país (BATISTA, 2018). Marcus Garvey, via a importância de as comunidades negras investirem nelas mesmas para assim gerar riqueza para a própria comunidade (ROCK CONTENT, 2019), e que essa poderia ser a real saída para sua emancipação, e o afroempreendedorismo e o Black Money vem sendo a saída para colocar esse pensamento em prática.

Há diferença quando se fala em empreendedores negros e afroempreendedores, visto que ser um empreendedor negro não o transforma necessariamente em afroempreendedor. O afroempreendedor seria o empreendedor negro que busca, por intermédio de seu trabalho, resgatar, fortalecer e valorizar as origens da comunidade negra por meio das relações de consumo (OLIVEIRA, 2020), mantendo o afroempreendedorismo próximo ao “*Black Money*” e o fazendo circular durante mais tempo entre mãos negras. Santos (2017, p.30), também faz uma afirmação que nos leva a olhar o afroempreendedorismo de outra forma:

(...) Um afroempreendedor não é apenas aquele empreendedor que produz e comercializa produtos e serviços de cunho afrodescendente. É claro que essa denominação ganhou mais força devido a empreendedores negros que encontraram em suas raízes uma forma de conseguir renda. No entanto políticas públicas e instituições não governamentais entendem que o negro empreendedor, independente do ramo e com o que trabalha, possui dificuldades de acesso às oportunidades que lhe cabem.

Há contrapontos ainda na literatura que defina de forma assertiva o que venha a ser o afroempreendedorismo, mas a definição dada por Nascimento (2018, p.6) é muito pertinente quando pensamos em Black Money.

A diferença está no tipo de negócio desenvolvido, de modo que, necessariamente, o afroempreendedor tenha que ser autodeclarado preto ou pardo, produzir e oferecer serviços que estejam relacionados com a valorização da identidade estética/cultural africana e afro-brasileira.

Dessa forma, pensar o Afroempreendedorismo como empreendedorismo gerido por pessoas negras visando a valorização de sua cultura faz sentido para que o “Black Money” possa ser utilizado no que sua essência prega, que é a do dinheiro negro circular entre pessoas negras para enriquecer pessoas negras, que tratam suas particularidades visando mais do que lucro, e sim empoderamento e emancipação, ajudando assim a comunidade no processo de aceitação, já que atualmente, 86% das pessoas negras no Brasil tem orgulho de quem são, segundo pesquisa do Instituto Locomotiva (2018).

Nesse sentido é interessante pensar em como este brio pode impulsionar ainda mais o afroempreendedorismo, visto que essas pessoas procuram ainda mais se valorizar e valorizar sua ancestralidade por se aceitarem. Ainda na pesquisa do Instituto Locomotiva, os aproximadamente, 112 milhões de negros no Brasil formariam o 11º país mais populoso do mundo e o 17º país em consumo, inclusive, pessoas negras movimentam sozinhas mais de 2 trilhões de reais em consumo no país. Por esse motivo o trabalho como comunidade e a conscientização do impacto positivo que pode ser causado utilizando a consciência do Black Money podem realmente ser um passo para que a emancipação do povo negro e sua ascensão, não sejam mais uma utopia.

A expressão “Black Money”, que na sua tradução significa dinheiro negro, surgiu nos Estados Unidos e era usado como termo para dinheiro ilegal, mas foi ressignificada pela comunidade negra para a criação do movimento que busca fazer com o que Marcus Garvey já havia dito, circular o dinheiro entre a comunidade (DIAS, 2018). No Brasil esse movimento ganha forma a partir de 2017, liderado por Nina Silva (FONSECA, 2019, p.1) que o pontua da seguinte forma:

O Movimento Black Money surgiu inspirado no pan-africanismo, com a proposta de deixar o capital financeiro e social circulando o maior tempo possível na comunidade negra. Queremos buscar oportunidades com equidade, porque sabemos que a igualdade não existe. As pessoas partem de contextos diferentes.

O Movimento Black Money vem como uma forma de reforçar a importância de se consumir de afrodescendentes, e do investimento da comunidade em seus afroempreendedores, ajudando assim a integração desse grupo no sistema financeiro (ROCK CONTENT, 2019). O Movimento Black Money vem, para além de fomentar os negócios entre pessoas negras, ele estimula a valorização da negritude e do pertencimento social (NASCIMENTO, 2020), bem como ajuda na melhoria contínua da comunidade nas diversas áreas como saúde, educação e comunicação, lembrando que resgatar essas demandas é uma forma de também investir na sociedade brasileira, pois como as pessoas negras compõem o grupo de pessoas mais pobres no país, quando se aumenta 1% da renda per capita dessas pessoas a pirâmide social é movimentada (TAVARES; SILVA; MONARCHA, 2018). NASCIMENTO, 2020

Destaca-se que ainda há desafios a serem superados, como, por exemplo, o fato de que pessoas negras podem não ter noção explícita do quanto movimentam o “*Black Money*” e auxiliam outros afroempreendedores a crescerem, como dito por Nascimento (2020, p.64),

(...) A própria população negra, na condição de minoria social, não percebe o consumo como uma expressão da sua força coletiva, embora essa realidade esteja mudando, ainda hoje, a maioria da população não tem essa percepção.

Diante da discussão proposta, é possível perceber a força do Movimento *Black Money* e do Afroempreendedorismo, que podem impulsionar e agregar fatores econômicos gerais, fortalecendo a comunidade negra como unidade, favorecendo assim o seu desenvolvimento, pois não se trata apenas de agregar dinheiro, mas também pertencimento e identidade coletiva.

### **3. METODOLOGIA**

A presente pesquisa é caracterizada como descritiva com abordagem qualitativa. Para alcançar o objetivo anteriormente estabelecido, e pensando na relação Afroempreendedorismo e Black Money, foi realizado um estudo de caso com um salão de beleza gerenciado por mulheres negras, localizado em uma cidade do Triângulo Mineiro (Minas Gerais). Parte-se do pressuposto da importância do salão entre as mulheres negras da cidade referida.

De acordo com Godoy (1995), a pesquisa qualitativa oferece várias oportunidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas relações sociais em ambientes variados, além de que a abordagem qualitativa oferece três tipos possíveis e diferentes de se pesquisar: a pesquisa documental, estudo de caso e a etnografia.

No presente estudo, a abordagem qualitativa utilizada será o estudo de caso, tendo em vista que é uma forma de avaliar e descrever situações dinâmicas na qual o ser humano se faça presente (MARTINS, 2008).

Nesse sentido, o estudo de caso foi conduzido com a realização de entrevistas semiestruturadas. A entrevista semiestruturada é uma forma de explorar assuntos a partir da busca por experiência, informações e percepções dos entrevistados para serem analisados e apresentados de forma estruturada, a entrevista é realizada com pressupostos elencados pelo entrevistador com o objetivo de recolher respostas da experiência subjetiva da sua fonte (DUARTE, 2005).

O roteiro de entrevistas utilizado para a entrevista semiestruturada foi elaborado baseando-se nos estudos de Santos (2017) e Silva (2019), que abordam aspectos envolvendo a história e as motivações para iniciar o negócio e a sua relação com a gestão do empreendimento. Além desses aspectos, também será investigado a relação com clientes e fornecedores na intenção de ter noção da sua cadeia de valor, serviços e produtos comercializados, para auxiliar na investigação relacionada ao Black Money.

Optou-se por esse tipo de entrevista para possíveis interpretações pertinentes que possam acrescentar ainda mais informações ao estudo. Destaca-se que o roteiro de entrevistas foi analisado por dois doutorandos com pesquisas na área de Empreendedorismo, que fizeram sugestões de ajustes e acréscimos de perguntas. A entrevista foi realizada de forma online, pelo programa Zoom, gravada e depois transcrita com o auxílio do programa Web Captioner. Foi utilizada também uma nuvem de palavras para auxiliar na análise dos resultados.

As entrevistas foram realizadas em setembro de 2021, sendo uma com uma afroempreendedora, proprietária de um salão de beleza, e outra com a representante de uma entidade que dialoga com as questões raciais do município. Ambas, mulheres negras e moradoras de uma cidade do Triângulo Mineiro (Minas Gerais). A Afroempreendedora, com 30 anos, casada e com duas filhas (9 e 11 anos), atuante no ramo da beleza desde os 14 anos. Já a representante da fundação, tem 33 anos, é formada em administração com especialização em Gestão Pública e Gestão Estratégica de pessoas e Marketing e cumpriu mandato como presidente da fundação de 2017 a 2020. As entrevistas foram realizadas em datas diferentes, a primeira, com a afroempreendedora, durou cerca de 1 hora e 2 minutos, e a segunda, com a representante da fundação, cerca de 48 minutos.

Serão usados nomes fictícios para as entrevistadas, aqui neste texto a afroempreendedora se chamará Nzinga e a representante da fundação se chamará Amina. Em relação a Fundação, ela também terá nome fictício, sendo chamada por Fundação Garvey.

### **4. DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

Nesta seção são apresentadas as análises realizadas mediante as entrevistas, e busca-se também integrar tais reflexões com o propósito desta pesquisa em reconhecer o

afroempreendedorismo e sua relação com o Black Money.

#### 4.1 História e as motivações para iniciar o negócio

Ao ser questionada sobre a história do salão de beleza, Nzinga afirma que:

Eu moro aqui em (nome da Cidade) né, morei em Uberlândia a 9 anos, vamos se dizer, na minha infância quando meus pais eram casados. Mas eles se separaram há 20 anos, então vim embora para (nome da Cidade), fui criada aqui. Hoje eu sou casada, tenho duas filhas lindas, Eloá e Heloísa, uma de 9 e outra de 11 anos. Eu me declaro negra, grito para todo mundo que eu sou negra, não aceito chamar de morena, moreninha clara, não aceito. Até porque eu trabalho o incentivo com as minhas filhas em relação a cor, em relação ao cabelo(...) eu tenho que me impor todos os dias para a sociedade, ensinar as minhas filhas (...) porque a minha filha mais nova por um tempo ela teve muita dificuldade em questão da pele. Porque eu sou casada com um homem retinto e eu sou uma negra de pele clara, então a minha filha saiu de pele clara igual eu, e ela tem muitas amiguinhas e a maioria delas são brancas, então acaba que ela puxa uma certa referência e eu tive problemas com ela em questão disso. Você acorda, tem que falar, lembrar e afirmar “minha filha você é linda, você é uma princesa (Nzinga).

Durante a entrevista é notório o quanto ela se afirma e reafirma como uma mulher negra, e que se afirmar dessa forma faz com que suas filhas também se empoderem. E é dessa forma que o salão é refletido para ela, como uma forma das mulheres se aceitarem e se empoderarem da forma que são. Em relação à criação do salão, era um sonho antigo, e com muita bagagem profissional atrelada a emocional, nasce o “IRMÃS BLACK”.

Eu trabalho na área da Beleza desde os 14 anos de idade, eu já tô com 30 anos, graças a Deus. Tenho muito orgulho. Na área da beleza eu já tenho 15 anos de carreira, de lá para cá a gente vem evoluindo né? Aos pouquinhos a gente vem pelejando, e vem lutando para dar certo, porque todo mundo sabe que o mercado para nós negros não é nem um pouco favorável. As portas são 100% fechadas, então assim, a gente tem que ter muita persistência. O salão Irmãs Black mesmo ele surgiu há três anos, ele não tem os meus 15 anos de carreira não, ele tem apenas três anos porque foi uma ideia minha junto com a minha irmã, da gente fazer algo diferente, que não tivesse aqui em (nome da Cidade). (Nzinga)

Empreendedores negros enfrentam inúmeras dificuldades e desafios devido a fatores estruturais e sociais que afetam desproporcionalmente essa comunidade. Os afroempreendedores enfrentam desafios significativos relacionados ao racismo estrutural<sup>2</sup> que permeia a sociedade brasileira. Além das dificuldades comuns enfrentadas por empreendedores em geral, como a carga tributária e a falta de educação empreendedora, eles também enfrentam barreiras adicionais decorrentes da discriminação racial e do histórico de exclusão.

A pesquisa realizada pelo Movimento Black Money em parceria com a RD Station e Inventivos (2021), destaca o acesso ao crédito como um dos principais obstáculos enfrentados pelos empreendedores negros. A falta de acesso a financiamento e capital de giro dificulta o crescimento e o desenvolvimento dos negócios liderados por afroempreendedores. Além disso,

---

<sup>2</sup> Almeida (2018) nos diz que o racismo estrutural no Brasil é uma forma de opressão baseada na raça que está enraizada nas estruturas sociais, políticas e econômicas da sociedade. Essa forma de racismo é reforçada por ideologias que remontam ao período colonial e que persistem até os dias de hoje. Através da tecnologia da colonialidade, o objetivo é manter a suposta superioridade branca sobre a população negra em várias instituições sociais. Essa noção de superioridade branca não se baseia apenas na cor da pele, mas é construída historicamente, culturalmente e politicamente. O acesso diferenciado a recursos e oportunidades é uma das formas pelas quais o racismo estrutural se manifesta.



o preconceito racial ainda persiste como uma barreira significativa para os afroempreendedores. A discriminação racial afeta suas oportunidades de negócios, suas relações comerciais e a imagem de suas marcas. Essa realidade é reforçada pelo legado histórico de segregação e exclusão que afeta a comunidade afrodescendente no Brasil (SILVA, 2019).

A gente queria o nome do nosso salão, um nome voltado para nós mas que atraísse o público (...) Irmãs Black veio de uma característica pessoal nossa, uma coisa pessoal minha e da minha irmã (...). Então onde surgiu os irmãos Black, foi em uma <sup>3</sup>brincadeira uns três anos atrás, que virou uma realidade, virou um sonho e tá indo. (...) Graças a Deus as mulheres estão se empoderando, elas estão se mostrando, elas estão indo a luta e a nossa comunidade negra ela evoluiu muito. Mas ainda assim existem muitas mulheres que entram dentro do padrão de beleza, e é o que eu, Natália, agora cabeleireira, tento tirar das minhas clientes, o padrão de beleza (...) Não está sendo fácil com essa pandemia. Deus é que sabe, porque minhas portas já teve para fechar muitas vezes, mas eu continuei resistindo e venho lutando, e se Deus quiser não vai, mas estamos aí na luta pelejando e desistir jamais. (Nzinga)

A questão do pertencimento étnico também é extremamente importante quando se trata de Afroempreendedorismo. O nome do salão já reforça a identidade das irmãs e acaba por incitar pessoas que se identificam a procurarem o salão. Almeida (2013) destaca que os afroempreendedores adotam estratégias que utilizam o pertencimento étnico como forma de enfrentar o sistema e impulsionar seus negócios. Eles reconhecem a importância de criar e oferecer produtos e serviços que atendam às demandas e à identidade da comunidade negra. Essa abordagem permite que os empreendedores negros se conectem com seu público-alvo de maneira significativa e fortaleçam sua base de clientes. Silva (2019) também reforça a importância do movimento afroempreendedor como uma forma de resistência e empoderamento da comunidade negra. Ao criar negócios voltados para a valorização da identidade negra, os afroempreendedores estão desafiando estereótipos e contribuindo para a valorização da cultura afro. Essa atuação vai além dos aspectos comerciais e busca promover a visibilidade e o reconhecimento da comunidade negra.

A pesquisa realizada pelo RD Station, Inventivos e Movimento Black Money (2021), evidencia que atualmente 51% dos afroempreendimentos são liderados por mulheres. Isso destaca a importante presença e contribuição das mulheres negras no afroempreendedorismo, demonstrando sua capacidade de liderança e inovação. Além disso, a pesquisa também revela que o segmento de saúde e estética é o que lidera a lista de afroempreendimentos. Isso indica a relevância desse setor para a comunidade negra, que busca valorizar a estética e cuidados específicos relacionados à identidade afro. Essa preferência pelo setor de saúde e estética reflete a demanda por produtos e serviços que atendam às necessidades e características da comunidade negra, fortalecendo o empreendedorismo nesse ramo.

Nós começamos mais pelo sonho. Eu sempre mexi com a área da beleza e a minha irmã também, minha irmã era manicure em outros salões. Então quando a gente percebeu que a gente podia unir e fazer do nosso serviço né, dá nossas necessidades um trabalho, a gente resolveu seguir esse caminho. (Nzinga)

No que tange à motivação de iniciar o negócio, Nzinga e sua irmã começaram a empreender mais pela vontade de independência financeira e o sonho de viver fazendo o que se ama. Em pesquisa recente dos Donos do negócio do Brasil, realizado pelo SEBRAE, ela faz parte dos 42% dos empreendimentos criados até 2019, cujo objetivo de empreender era se tornar independente e parte dos 10% dos quais queriam praticar seus conhecimentos profissionais. Mais do que necessidade, era fazer de suas habilidades um gerador de renda.

---

[...] Não é a minha cor que faz a minha qualidade. É o meu trabalho, é minha força de vontade, é o amor que eu tenho pela profissão. (Nzinga)

A criação do salão veio como uma reafirmação e resposta para as falas que Nzinga sempre escutava quando era colaboradora em outros salões, no qual sua competência era atrelada apenas a sua cor. O Salão Irmãs Black, de certa forma, vem para reafirmar que as irmãs são mais do que os estereótipos designados para mulheres negras.

## 4.2 Relação com a gestão do empreendimento

Quando questionada se já tinha algum conhecimento sobre gestão de negócios quando começou a empreender, Nzinga fala:

Não. Eu tive uma base porque eu vi a minha patroa mexendo (...) mas não, eu não tive nenhum acesso assim a essa questão, foi tudo na sorte mesmo. Eu tive uma ajudinha muito especial, uns conselhos muito especiais que me ajudou bastante, apesar de que eu estou precisando novamente de conselhos na questão da gestão (...) tirando algumas dúvidas em questões de fazer o caderno caixa, como fazer lançamento de valores, essas questões básicas, que ainda me encontro muito perdida por sinal. (Nzinga)

Houve muitas dificuldades em como gerir o negócio, por mais que haja grande força de vontade de se viver de um sonho e muita habilidade para o guiar como tal, a falta de conhecimento sobre gestão financeira, planejamento e logística do negócio, é um problema que também impacta diretamente afroempreendimentos. Elas procuraram ser assessoradas por consultoria, assim como também participaram de cursos voltados a gestão de negócios de afroempreendedores, ressaltando a importância de políticas públicas e espaços que auxiliem na capacitação de gestão de empreendedores negros (OLIVEIRA, PEREIRA E SOUZA, 2013), surge o nome da Fundação, que será trata.

A Fundação Garvey, é um órgão municipal localizado em uma cidade do Triângulo Mineiro (Minas Gerais), que tem por objetivo apoiar a comunidade negra da cidade em aspectos culturais, pedagógicos e profissionais. Entrevistamos a ex-presidente da FUNDAÇÃO GARVEY, Amina, depois de Nzinga mencionar seu nome e projeto. O projeto na fundação surge após Amina realizar esse levantamento e olhando pela sua ótica de mulher preta administradora, percebe as dores desses afroempreendedores e de seus empreendimentos:

A minha área como havia dito, eu sou administradora, então eu tenho um olhar focado para esse lado (...) nós tínhamos essa equipe na Fundação, e nós fizemos esse levantamento. Depois surgiu também alguns editais do fundo estadual de cultura, onde também chegou nesse ponto que dava para inserir afroempreendedores, aí nos editais eles conseguiram trabalhar bem legal e foi isso, nós nos reunimos cada um com a sua ideia, e fechamos o projeto. É o afroempreendedorismo de (nome da cidade), na luta por uma economia menos desigual [...]. (Amina)

Amina foi a idealizadora do projeto voltado ao desenvolvimento profissional dos afroempreendedores da cidade. Foram mapeados cerca de 80 afroempreendedores da cidade, em diversos segmentos (beleza, serviços gerais, contabilidade e etc.), onde destaca-se que grande parte destes fazem parte da área da beleza e trabalham de forma informal, muitas vezes na própria residência de forma improvisada, em bairros periféricos, e dificilmente conseguem ter acesso a área central com seu negócio.

Diretamente a gente trabalhou com 40 afroempreendedores com os cursos, mas no mapeamento deu 80, quase 90 (...) Aí foi onde entrou os treinamentos, chegou a ter treinamento presencial, teve certificação, palestras. E aí quando chegou na pandemia o negócio deu uma desacelerada, mas nós continuamos com os cursos online, tínhamos um grupo também de WhatsApp e uma lista de transmissão que a gente inseria muito conteúdo [...]. (Amina)

Na entrevista foi dito que existe apenas um comércio gerido por família negra no centro da cidade. Pensando também nessa problemática, surge o projeto na fundação voltado a capacitar os afroempreendedores da cidade, com o objetivo de alavancar os seus negócios. Nzinga e sua irmã fazem parte do grupo que trabalha de forma informal, e que sentia necessidade de capacitação para gerir seu negócio.

De acordo com Martins e Santos (2013), os empreendedores negros, além de viver sua maioria na informalidade, ainda apresentam dificuldades com a falta de experiência e conhecimento de ferramentas teóricas para ajudar na prosperidade do negócio. A fundação direcionou os afroempreendedores para cursos de contabilidade básica, técnicas de venda, atendimento ao público e no fim dos aproximados 3 anos de capacitação todos foram certificados, tendo a oportunidade de estampar suas paredes com um certificado que dizia “Afroempreendedor de (nome da Cidade)”.

O projeto tinha em vista a realização de uma “Feira Preta”, onde seria possível estes afroempreendedores divulgarem e fornecerem seus trabalhos, mas não foi possível devido a pandemia, que também acarretou a descontinuação do projeto. Mas mesmo com o fim, a FUNDAÇÃO GARVEY ofereceu materiais para que os afroempreendedores pudessem continuar com a divulgação dos seus negócios, estes materiais eram compostos de cartão de visita, panfletos e camisetas e tudo feito de forma profissional.

Quando questionada em relação à qual seria a maior dificuldade dentre as áreas de capacitação oferecidas, ela foi muito direta ao responder que a maior dificuldade era a área de gestão financeira.

Eu achei que a parte do financeiro, das contas. Sabe, “o que eu tô investindo?” Aí, “o que eu estou fazendo eu estou tendo retorno? Não estou tendo retorno?”, acredito que essa foi a maior dificuldade deles. (Amina)

Pesquisas anteriores já demonstraram que a falta de conhecimento contábil por parte de gestores de microempreendimentos individuais é um dos principais fatores que impactam no fechamento desses negócios (SEBRAE, 2019). O que Amina conceitua como afroempreendedorismo para ela, mostra muito da visão e objetivo do projeto:

Afroempreendedorismo são empreendedores pretos que estão aí na luta por uma economia menos desigual. (Amina)

Dessa forma, o objetivo do projeto é, para além de capacitação, ele traz para quem teve a oportunidade de fazer parte, o orgulho de conseguir gerir o próprio negócio e ajudar na caminhada dessa comunidade que tanto batalha de forma informal, começar a pensar em se expandir para os grandes centros e contribuir para que haja mais consumo do empreendimento de pessoas negras.

Vem cá, vamos pegar o nosso contador negro também que precisa trabalhar, investir nele. Enquanto isso, ele também investe nos nossos afroempreendedores. A gente tem marqueteiros aqui, publicitários pretos que fazem um trabalho incrível. A gente investe em você também. A fundação e a prefeitura tem verba específica para isso, então vamos lá, vamos investir em você. (...) Ajudar os nossos que estão precisando de ajuda nesse momento [...]. (Amina)



Nzinga tem uma longa trajetória como cabeleireira, e atualmente trabalha com tratamentos para todo tipo de cabelo, do liso ao crespo. Mas o carro chefe está em auxiliar as clientes a se aceitarem como são, por meio dos tratamentos capilares, que é o que aponta nossa nuvem de palavras tendo como palavra mais citada, a palavra “cabelo”. Dentro do que foi analisado, o maior público de Nzinga são mulheres negras, isso nota-se pela sua fala ao descrever sobre os serviços oferecidos pelo salão:

[...] Eu sempre incentivo a mulher a se conhecer naturalmente, eu falo com as minhas clientes que tem interesse em entrar na transição, “vocês entram na transição, a gente passa por essa luta junto”, porque que só quem já passou sabe que não é fácil você encarar o espelho primeiro e depois a sociedade, e as críticas são imensas, então eu falo para ela “Vamos nos conhecer né? Deixa eu te mostrar o seu outro lado [...] (Nzinga)

[...] Você não vai deixar de ser uma negra porque você voltou, eu só quero que você conheça a sua real pessoa, o seu você, a sua essência”, é porque eu acho que o nosso cabelo ele mostra a nossa alma, ele mostra a nossa luta, que só quem tem é que sabe gente, não é fácil... não é fácil. (Nzinga)

Nzinga, sendo autodeclarada mulher negra e empoderada, compartilha com as clientes mais do que apenas o trabalho, ela coloca em prática o que Silva (2019) pontua quando fala que a prática de consumo entre o afroempreendedor e a sua clientela é para além de uma simples troca comercial, e que é por meio dessa transação que se compartilham autoafirmação, visão de vida e posicionamento político contra o racismo que se encontra entranhado no cotidiano, apostando muitas vezes na identidade visual para promover produtos e serviços.

Atualmente ela abdicou de oferecer tranças por um problema físico e faz troca de clientes com outra trançista negra, ambas têm um fornecedor negro em comum de cabelos. Atualmente Nzinga compra fibra orgânica, que são usadas para tranças e penteados, para revender também no salão, bem como acessórios que exaltam a cor da pele negra. E assim como muitos afroempreendedores, ela também não tinha conhecimento sobre o termo Black Money, mesmo o movimentando sem saber.

Nzinga compra de fornecedor negro, seu trabalho auxilia na autoestima negra, desde os tratamentos até aos produtos que são comercializados, além desta troca de clientes com outra profissional negra da cidade. Assim como NASCIMENTO (2020) disse, a própria população negra não tem noção de como sua força de consumo é expressiva. É essencial que a população negra seja informada e educada sobre o impacto positivo que seu poder de consumo pode ter na economia e no fortalecimento da comunidade. Ao direcionar seus recursos financeiros para empreendimentos afrocentrados e negócios que valorizam a cultura negra, é possível gerar um ciclo virtuoso de desenvolvimento econômico e empoderamento.

Além disso, a conscientização sobre a força de consumo também pode incentivar a criação de produtos e serviços que atendam às necessidades e preferências da população negra, impulsionando o crescimento do afroempreendedorismo e fortalecendo a representatividade no mercado.

Portanto, é importante promover a conscientização e a valorização do poder de consumo da população negra, destacando a importância do consumo estratégico como uma forma de fortalecimento econômico e empoderamento da comunidade.

## **5. Considerações Finais**

A relação entre o afroempreendedorismo e o movimento Black Money é uma importante questão abordada na pesquisa. O afroempreendedorismo é uma forma de empreendedorismo que busca fortalecer e empoderar a comunidade negra, utilizando sua cultura e experiências

para trazer mais empoderamento e cuidado para a comunidade negra. O Black Money, por sua vez, é um movimento que busca promover a circulação de dinheiro entre a comunidade negra como uma estratégia para enfrentar o racismo e fortalecer economicamente esse grupo.

O estudo de caso realizado em um salão de beleza voltado para a valorização da estética negra permitiu analisar a relação entre o afroempreendedorismo e o Black Money. Os resultados indicaram que esses dois conceitos estão diretamente ligados e que o afroempreendedor muitas vezes desconhece que está contribuindo com o movimento Black Money. Dentre os pontos que se destacaram na pesquisa, estão o pertencimento étnico, o despreparo para gestão financeira e a necessidade de políticas públicas voltadas para o tema. O pertencimento étnico é importante, pois os afroempreendedores utilizam sua cultura e identidade como base para seus negócios, buscando atender às demandas específicas da comunidade negra. O despreparo para gestão financeira é um desafio enfrentado por muitos empreendedores, e no contexto do afroempreendedorismo, pode impactar a capacidade de fortalecer economicamente a comunidade negra. Por fim, a necessidade de políticas públicas voltadas para o afroempreendedorismo e o Black Money é fundamental para proporcionar um ambiente favorável ao crescimento dessas iniciativas e garantir que elas tenham um impacto significativo no enfrentamento do racismo no Brasil.

Esses resultados reforçam a importância de promover o afroempreendedorismo e o movimento Black Money como estratégias de fortalecimento e empoderamento da comunidade negra, além de ressaltar a necessidade de apoio e suporte adequados para que essas iniciativas possam alcançar seu pleno potencial.

A vida de um empreendedor não é fácil, mas a vida um afroempreendedor se dificulta ainda mais pelas problemáticas raciais que já são rotinas diárias. O Black Money pode ser sim a chave para fugir de um problema tão recorrente que é a desigualdade racial no país, e é um movimento que busca nada mais que equidade, fortalecendo toda uma comunidade que colhe frutos amargos de um passado de escravidão.

Movimentos que surgem baseados em narrativas que visam o fortalecimento do povo negro, acabam beneficiando não apenas uma parte, mas como um todo da pirâmide social, e esses movimentos vem surgindo de forma despreziosa. Pensando apenas em uma solução para a independência financeira, eles não se dão conta do quanto estão fortalecendo todo a sua comunidade. São salões de beleza, lojas de roupa e acessórios com temáticas africanas, trancistas, restaurantes com comidas típicas, entre outros estabelecimentos que de forma despreziosa tem feito o Black Money girar. O Salão Irmãs Black, em conjunto com o projeto da Fundação, é um exemplo perfeito de como girar este Black Money. O salão vem como a realização de um sonho, respaldado em uma necessidade de se conseguir uma independência financeira. E mesmo assim, o trabalho realizado por elas parte de uma questão particular de querer que as mulheres se aceitem, e de principalmente exaltar a beleza de mulheres negras, focando em uma questão sensível que é a aceitação do cabelo crespo. Elas mostram também a dificuldade que o afroempreendedor enfrenta em relação a gerir o próprio negócio, e em como a FUNDAÇÃO GARVEY teve um papel extremamente importante em criar o projeto de capacitação para os afroempreendedores da cidade, ressaltando a importância de políticas públicas para mais inclusão de projetos para o conhecimento de gestão financeira e ferramentas para auxílio na alavancagem dos empreendimentos.

São muitas as dificuldades enfrentadas atualmente para se empreender e se manter empreendendo, tanto pelas dificuldades de gestão, quanto por questões sociais e raciais. Mas a evolução, mesmo que inconsciente, do movimento Black Money pode ser uma das chaves para diminuir tantas disparidades existentes, ou só começar a construção de uma sociedade menos desigual e com pessoas negras cada vez mais empoderadas. Porque para além do âmbito econômico, não se pode esquecer que o movimento visa o pertencimento étnico. Resumindo o Black Money, seria literalmente colocar parte da filosofia “Ubuntu” em prática: “Eu sou,

porque nó somos”.

É compreensível que a pesquisa sobre o afroempreendedorismo possa enfrentar limitações devido à escassez de estudos acadêmicos e fontes confiáveis disponíveis sobre o tema. O afroempreendedorismo é uma área relativamente nova de pesquisa, e a falta de estudos prévios pode dificultar a obtenção de informações completas e aprofundadas. No entanto, mesmo com essas limitações, é encorajador observar o interesse crescente pelo afroempreendedorismo e o reconhecimento de sua importância como uma estratégia de fortalecimento econômico e empoderamento da comunidade negra. À medida que a conscientização sobre o tema aumenta, é provável que mais pesquisas e estudos sejam realizados para preencher essa lacuna de conhecimento. Para promover uma discussão mais abrangente e embasada sobre o afroempreendedorismo, é necessário incentivar e apoiar a realização de mais pesquisas nessa área. Isso pode envolver o estímulo a pesquisadores, acadêmicos e instituições a dedicarem esforços para investigar e documentar as experiências, desafios, oportunidades e impactos do afroempreendedorismo.

Além disso, é importante que as pesquisas futuras adotem metodologias sólidas, incluindo estudos de caso, entrevistas, levantamentos estatísticos e análises qualitativas para obter uma compreensão mais aprofundada e abrangente do afroempreendedorismo. Dessa forma, a realização de mais pesquisas contribuirá para ampliar o conhecimento sobre o tema, aprimorar as políticas públicas voltadas para os afroempreendedores e fornecer diretrizes e orientações mais robustas para empreendedores negros, instituições e outros interessados nessa área.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alex . **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). Consumo e Identidade: A Produção Para o Consumo a Partir dos Insights dos Empresários Negros. Florianópolis. Editora: Atilénde. 2013. p. 320.

ALMEIDA, Silvio. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BATISTA, Vera. População negra movimenta R\$ 1,7 trilhão no Brasil, revela pesquisa do Instituto Locomotiva. **Correio Braziliense**, 2018. Disponível em: <https://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/populacao-negra-movimenta-r-17-trilhao-no-brasil-revela-pesquisa-do-instituto-locomotiva/>. Acesso em: 10 maio 2021.

Black Money: o futuro dos afroempreendedores no Brasil. **Rock Content**, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/>. Acesso em: 10 maio 2021.

BRITO, Marilucia dos Santos de. **A importância da gestão contábil nas micro e pequenas empresas**. 2016. 54 p. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) - Faculdade de Ciências Contábeis, Universidade Católica do Salvador. Salvador, 2016. Disponível em: <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/handle/prefix/455>. Acesso em: 20 mai. 2021.

CAMPOS, Amanda Alves. **A valorização do negro no Brasil e o afroempreendedorismo**. 2018. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/1180>. Acesso em: 8 jun. 2021.

DÉCADA INTERNACIONAL DOS AFRODESCENDENTES. **Ministério Dos Direitos Humanos e da Cidadania**, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/igualdade-etnico-racial/acoes-e-programas-de-gestoes-anteriores/decada-internacional-dos-afrodescendentes>. Acesso em: 8 jun. 2021.

DIAS, Guilherme Soares. O que é black money?. **Guia Negro**, 2018. Disponível em: <https://guianegro.com.br/o-que-e-blackmoney/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005.

FONSECA, Mariana. Da discriminação ao empreendedorismo: Nina Silva e o Movimento Black Money. **EXAME**, 2019. Disponível em: <https://exame.com/pme/da-discriminacao-ao-empendedorismo-nina-silva-e-o-movimento-black-money/>. Acesso em: 9 de mar. 2021.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?lang=pt>. Acesso em: 9 de mar. 2021.

GOMES, Nilma Lino. O Movimento Negro e a intelectualidade negra descolonizando os currículos. In: BERNARDINO-COSTA, Joaze; MALDONADO-TORRES, Nelson; GROSFUGUEL, Ramón (Orgs.). **Decolonialidade e pensamento afrodiáspórico**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2018, p.223-246. (Coleção cultura negra e identidade).

LACERDA, Joabe Barbosa. A contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira das micros, pequenas e médias empresas (MPMEs): necessidade e aplicabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, n. 160, p. 38-53, 2006.

LISBOA, Ana Paula; OLIVEIRA, Isabela; SOUZA, Talita de. Pretos no topo: desemprego recorde entre negros é resultado de racismo. **Correio Braziliense**, 2021. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/euestudante/trabalho-e-formacao/2021/03/4913182-pretos-no-topo-desemprego-recorde-entre-negros-e-resultado-de-racismo.html>. Acesso em: 6 jun 2021.

MAPA DE EMPRESAS- Boletins do 1º quadrimestre de 2021. **Ministério da Economia**, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/boletins-anteriores>. Acesso em: 8 jun. 2021.

MARINS, Maria Raquel da Rocha. A popularização do capitalismo flexível no Brasil: um estudo sobre a Universidade da correria. 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/13385> . Acesso em: 8 jun. 2021.

MARTINI, Maria Carolina. O Que é o Movimento Black Money e Sua Influência no Empreendedorismo e Representatividade. **Marketing do Crescimento**, 2021. Disponível em: <https://nerydigital.com/black-money>. Acesso em: 18 jun. 2021.



MARTINS, Gilberto Andrade. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 2, p. 8-18, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34702/37440> . Acesso em: 18 jun. 2021.

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

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

MOVIMENTO BLACK MONEY, RD STATION, & INVENTIVOS. **Pesquisa Afroempreendedorismo Brasil**, 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/wp-content/blogs.dir/8/files/2023/03/Pesquisa-Afroempreendedorismo-Brasil-RD-Station-03-1.pdf> . Acesso em: 18 jun. 2021.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. **“Meu Dinheiro Tem Cor!” Afroempreendedorismo Brasileiro e Identidade**. 2020. 159 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas e Naturais, Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2020. Disponível em: <https://cienciassociais.ufes.br/pt-br/pos-graduacao/PGCS/detalhes-da-tese?id=14672> . Acesso em 12 jun. 2021.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. **Anais do Seminário de Ciências Sociais**, v. 3, Vitória, 2018.

NASCIMENTO, Lucas. Black Money: movimento favorece negócios de pessoas negras. **Agência Brasil**, 20 nov 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-11/black-money-movimento-favorece-negocios-de-pessoas-negras> . Acesso em: 10 maio 2021.

OLIVEIRA, Josiane Silva; PEREIRA, Jaiane Aparecida; DE SOUZA, Márcia Cristina David. Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008. **Contextus: Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, Fortaleza. [s. n]. vol. 11.n. 2. p.7 a 30. 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5707/570765358002.pdf> . Acesso em: 10 maio 2021.

DE OLIVEIRA, Natália. Araújo. Afroempreendedorismo no turismo, desigualdade racial e fortalecimento da identidade negra, 2021. **Revista de Turismo Contemporâneo**, 9(1), 42-63. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/22322/13523> . Acesso em: 10 maio 2021.

PASSOS, Ana. **A Socialização da População Negra no Pós-Abolição de não Trabalhadores Assalariados a Afroempreendedores**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/6023> . Acesso em: 10 maio 2021.

Perfil do microempreendedor individual. **Sebrae**, 2019. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/>. Acesso em: 5 maio 2021.

PESQUISA Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. **IBGE**, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?edicao=30227&t=resultados>. Acesso em: 7 jun. 2021.

PRATES, Dinamara da Silva. **A percepção dos microempreendedores (as) negros (as) sobre o uso de ferramentas gerenciais para controle do negócio**. 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/188152>. Acesso em: 7 jun. 2021.

QUAL é o Impacto do Racismo na Economia. **Instituto Locomotiva**, 2018. Disponível em: [https://0ca2d2b9-e33b-402b-b217-591d514593c7.filesusr.com/ugd/eaab21\\_bb33ccc3c53d4b33af59d5a728e7e984.pdf](https://0ca2d2b9-e33b-402b-b217-591d514593c7.filesusr.com/ugd/eaab21_bb33ccc3c53d4b33af59d5a728e7e984.pdf). Acesso em: 12 maio 2021.

RIBEIRO, Matilde. Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). São Paulo. Editora: **Atilénde**. 2013. P. 314.

SANTOS, Edy Lawson Silva. **Relações raciais e empreendedorismo: um estudo sobre negros empreendedores na região metropolitana do Rio de Janeiro**. 2017.

SANTOS, Lucas Vinícius Correa dos. **Uma escuta a afroempreendedores: meandros e as interfaces do empreendedorismo de pessoas negras**. 2017.

SEBRAE. **Estudo sobre os Donos De Negócios no Brasil**, 2013. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/DN\\_Ra%c3%a7a\\_Cor.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/DN_Ra%c3%a7a_Cor.pdf) . Acesso em: 10 jun. 2021

SEBRAE. **Pesquisa do perfil do microempreendedor individual, 2019**, 2019. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/08/013\\_0319\\_APRE\\_MEI\\_v15\\_principais-resultados-inicio.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/08/013_0319_APRE_MEI_v15_principais-resultados-inicio.pdf). Acesso em: 5 maio 2021.

SILVA, Fabiane Santos da Silva. **Afroempreendedorismo: as especificidades de empreendimentos de empreendedores afrodescendentes**. 2019. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/215208> . Acesso em 10 jun. 2021.

SILVA, Lucas Sena. **Mercado e equidade: o empreendedorismo negro no Brasil**. 2021. 145 p. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de Brasília. Brasília, 2021.

SILVA, Nina. **“Black Money”, O Movimento Que Enfrenta O Racismo Empresarial No Brasil**. **Movimento Black Money**, 2019. Disponível em: <https://movimentoblackmoney.com.br/black-money-o-movimento-que-enfrenta-o-racismo-empresarial-no-brasil/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

SOUZA TAVARES, Amanda Cristine; DA SILVA, Priscila Mendes; CARDOZO MONARCHA, Hellen Maria. Afroempreendedorismo e o Movimento Black Money: Um estudo de caso: Espaço Art Ato. **Puçá: Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**, v. 4, n. 2, 2020.

SOUZA, Henrique Restier da Costa. O papel do BNDES e do SEBRAE no fomento e na capacitação do empreendedorismo negro brasileiro. **Anais do I Congresso de Pesquisadores Negros do Sudeste**. Niterói, 2015.

TOMÉ, Marcelo Moreira. **Empreendedores negros em negócios sociais: um estudo exploratório**. 2019.