



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
MEMORIAL DESCRITIVO DO PRODUTO

MEMÓRIA DO PROJETO DE PESQUISA
AFROEMPREENDEDOR EM PAUTA:
SITE DE NOTÍCIAS COM REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA
(link do site: <https://daniellejesussouza.wixsite.com/afroempreendedor-new>)

DANIELLE DE JESUS SOUZA

BRASÍLIA – DF
2023



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
MEMORIAL DESCRITIVO DO PRODUTO

AFROEMPREENDEDOR EM PAUTA:
SITE DE NOTÍCIAS COM REPRESENTAÇÃO MUDIÁTICA

Memorial descritivo do produto apresentado à Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a Dr^a Suzana Guedes Cardoso

BRASÍLIA/DF
2023

DANIELLE DE JESUS SOUZA

AFROEMPREENDEDOR EM PAUTA:

SITE DE NOTÍCIAS COM REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA

Afroempreendedor News: <https://daniellejesussouza.wixsite.com/afroempreendedor-new>

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo da Universidade de Brasília da aluna Danielle de Jesus Souza

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Suzana Guedes Cardoso (Orientadora)

Faculdade de Comunicação, Departamento de Jornalismo, UnB

Prof Dr Paulo Henrique Soares de Almeida (Examinador)

Faculdade de Comunicação, Departamento de Jornalismo, UnB

Profª Drª Natália Coelho da Silva (Examinadora)

Pesquisadora da Universidade de Brasília, UnB

Profª Drª Kelly Tatiane Martins Quirino (Suplente)

Pesquisadora da Universidade de Brasília, UnB

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus porque sem ele nada é possível. Nada acontece na minha vida sem que haja sua permissão. Um agradecimento especial a Universidade de Brasília, que permite com que pessoas de baixa renda, como eu, tenham acesso a um ensino público de qualidade. Obrigada mãe, por ter me dado educação, valores e por me inspirar a ser uma pessoa melhor para te dar o melhor futuramente. Agradeço a Erika Souza e Paulo Henrique Fernandes pelo incentivo de cada dia e principalmente pelos puxões de orelha para que eu não desistisse. Esse trabalho não se tornaria realidade sem o apoio de pessoas que me auxiliaram a torná-lo real. Por isso, devo agradecer imensamente a minha amiga Jeovana Carvalho, pelo apoio e por ser essa amiga prestativa sempre. Agradeço também às professoras Dione Oliveira Moura e Suzana Guedes Cardoso por me auxiliarem da melhor forma para que eu alcançasse os melhores resultados nesta pesquisa. Por fim, deixo minha gratidão a todos que de alguma forma contribuíram para o sucesso desse trabalho.

Pessoas oprimidas não podem permanecer oprimidas para sempre. O anseio pela liberdade eventualmente se manifesta.

Martin Luther King Jr.

RESUMO

Os negros compõem a maioria da população brasileira (56,1%) e são a maioria dos empreendedores do país, mas normalmente, ao serem representados na mídia, continuam associados a crimes, racismo ou são citados em histórias de vulnerabilidade social. A pesquisa está centrada na criação de um site de notícias, cujo objetivo é vincular conhecimentos de inovações tecnológicas para promover iniciativas afroempreendedoras. Foi empregada abordagem mista: qualitativa e quantitativa, ao utilizar como instrumentos para coleta de dados o estudo de caso, pesquisa bibliográfica, entrevista e questionário (Survey). Com isso, foi possível observar o quanto o empreendedorismo negro é pouco ou mal falado pela mídia tradicional. Além disso, o site, aliado ao seu conteúdo reafirma a importância de expor a imagem do afroempreendedor no meio econômico e midiático brasileiro, sendo um protótipo comprometido a ser um veículo referência quando o assunto é empreendedorismo negro e mídia.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo. Empreendedorismo negro. Mídia e racismo.

ABSTRACT

Black people make up the majority of the Brazilian population (56.1%) and are the majority of businesspeople in the country, but normally, when represented in the media, they are still associated with crimes, racism or are reported in stories of social vulnerability. The research is focused on the creation of a news website, which aims to link knowledge of technological innovations to promote Afro-entrepreneurial initiatives. A mixed approach was used: qualitative and quantitative, using case studies, bibliographical research, interviews and questionnaires (Survey) as data collection instruments. With this, it was possible to observe how little or poorly black entrepreneurship is talked about in the traditional media. Furthermore, the website, combined with its content, reaffirms the importance of exporting the image of the Afro-entrepreneur in the Brazilian economic and media environment, being a prototype committed to being a reference vehicle when it comes to black entrepreneurship and the media.

Keywords: Afroentrepreneurship. Black entrepreneurship. Media and racism.

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 7 |
| 2 | PROBLEMA DE PESQUISA | 9 |
| 3 | JUSTIFICATIVA | 10 |
| 4 | OBJETIVO GERAL | 12 |
| 4.1 | OBJETIVO ESPECÍFICO | 12 |
| 5 | REFERENCIAL TEÓRICO | 13 |
| 5.1 | RACISMO E MÍDIA..... | 13 |
| 5.2 | DISPARIDADE SOCIAL E AFROEMPREENDEDORISMO..... | 14 |
| 5.3 | INICIATIVAS DO AFROEMPREENDEDORISMO..... | 16 |
| 6 | METODOLOGIA | 19 |
| 6.1 | PROJETO EDITORIAL E GRÁFICO DO SITE..... | 24 |
| 7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 28 |
| | REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 29 |
| 9 | ANEXOS E APÊNDICES | 34 |
| 9.1 | ROTEIRO DAS ENTREVISTAS..... | 34 |
| 9.2 | QUESTIONÁRIOS..... | 34 |
| 9.2.1 | Questionário pré-teste..... | 35 |
| 9.2.2 | Questionário online..... | 37 |

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos dez anos, a identidade negra vem se afirmando de maneira mais acentuada, esse dado pode ser observado no aumento das autodeclarações negras de 7,4% em 2012 para 10,6% em 2022. Essa informação foi colhida pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) contínua (2022), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), entre 2012 e 2022. No atual cenário econômico, em que o afroempreendedorismo movimentava cerca de R\$1,7 trilhão por ano no Brasil (Forbes Tech, 2021), o empreendedorismo desponta como uma poderosa ferramenta de empoderamento para grupos historicamente marginalizados, como a comunidade afrodescendente. De acordo com dados da Pnad de 2022, 50% dos empreendedores brasileiros são negros, 49% são brancos e 1% pertence a outros grupos populacionais.

Os negros compõem, além da maioria dos empreendedores, a maioria da população brasileira (56,1%), no entanto, ao serem representados na mídia, na maioria das vezes, estão associados a crimes, racismo ou são citados em histórias de vulnerabilidade social. Em âmbito empresarial, a mídia associa normalmente o negro a trabalhos artesanais ou empreendimentos ligados a sua raça. As formas negativas como os veículos de comunicação tradicionais retratam as pessoas negras podem influenciar na construção de estereótipos no imaginário da sociedade. Isso pode ser observado em uma matéria, em 2022, no dia do afroempreendedor, 26 de agosto, pelo *GI*, portal de notícias da *Globo*. Ao divulgarem uma reportagem em que apresentava as histórias “de sucesso” de alguns empreendedores negros, estes trabalhavam apenas com produtos étnicos e/ou raciais. Observando a falta de representatividade relacionada ao empreendedor negro na mídia, percebeu-se o quanto o tema afroempreendedorismo, quando citado em um meio de comunicação tradicional, ainda carrega fortes referências estereotipadas, mostrando o afroempreendedor apenas como aquele que empreende por necessidade ou que trabalha somente com produtos étnicos-raciais. Dessa forma, a presente pesquisa pretende vincular conhecimentos de inovações tecnológicas para promover iniciativas afroempreendedoras, por meio da divulgação de conteúdos que interessem a população afroempreendedora a partir da criação do site Afroempreendedor News. Para embasar a criação do site foi empregada abordagem mista: qualitativa e quantitativa, ao utilizar como instrumentos para coleta de dados o estudo de caso, pesquisa bibliográfica, entrevista e questionário (Survey).

Dessa forma, após pesquisas para embasar o tema e questionários para saber o que as pessoas esperavam de um produto que trabalhasse a temática afroempreendedorismo, foi criado um site, que responde às principais questões abordadas pelo público durante a aplicação do questionário. Além disso, o site traz elementos que possibilitam a informação não só de afroempreendedores, mas também daqueles que desejam ser, como iniciativas apoiadoras e cursos profissionalizantes. É também um protótipo comprometido a ser um veículo multimídia, podendo se tornar referência quando o assunto for afroempreendedorismo e mídia.

Este memorial está dividido em sete capítulos. Além da introdução, apresentarei a justificativa, problema de pesquisa, objetivos, referencial teórico, metodologia e conclusão.

2. PROBLEMA DA PESQUISA

Após ser aplicado um questionário pré-teste com oito pessoas presencialmente, durante a etapa inicial do processo de pesquisa, para saber o que as pessoas esperavam de um produto focado no negro, uma das respostas sugeriu o afroempreendedorismo como pauta. Isso chamou a atenção, pois os afroempreendedores estão entre a maioria dos empreendedores brasileiros e, mesmo assim, não é dada tanta visibilidade para a temática na mídia tradicional. Percebeu-se, então, o quanto o mercado tinha a necessidade de um produto digital focado em evidenciar assuntos ligados ao empreendedorismo negro. Além disso, ao começar a estudar sobre o tema, foi possível perceber a falta de material nos mecanismos de busca de artigos, teses e dissertações, como o *Google Acadêmico*, associando o afroempreendedorismo à mídia.

A mídia desempenha um papel importante na representação de diferentes grupos sociais. As formas negativas como os meios de comunicação tradicionais retratam as pessoas econômica e socialmente desfavorecidas podem influenciar na construção de estereótipos que perpetuam muitas vezes desigualdades sociais. Uma abordagem que destacasse questões específicas relacionadas aos empreendedores negros, proporcionando uma visão mais aprofundada e inclusiva acerca do tema, mudaria essa concepção. Sendo assim, a principal motivação para a produção desta pesquisa foi: como produzir conteúdo sobre o afroempreendedorismo para que mais pessoas busquem soluções para as suas iniciativas empresariais?

3. JUSTIFICATIVA

A escolha do tema se deu a partir da ideia de se fazer um produto digital que pautasse assuntos relacionados ao afroempreendedorismo, como cursos que proporcionam qualificação ao empreendedor, inovações e novas tecnologias. O objetivo inicial era produzir uma revista impressa afrocentrada, que teria como conteúdo assuntos diversos, como política e moda, no entanto, ainda no início do processo, um questionário distribuído como pré-teste foi aplicado presencialmente para um grupo de oito pessoas com o intuito de saber o que elas esperavam encontrar em um produto como esse. Uma dessas pessoas citou o afroempreendedorismo. Com isso, percebeu-se o quanto esse tema, mesmo não sendo novo, é tão pouco falado e divulgado pela mídia tradicional. Além disso, em vários tipos de buscas pela internet, principalmente através do Google, foi possível perceber que, fora a mídia contra-hegemônica, como a página no *Instagram* “As Negas do Ziriguidum” e a iniciativa “Preta Hub”, não se falava em veículos de comunicação consolidados e tradicionais que noticiasse apenas o empreendedor negro, resultando na mudança do tema da pesquisa.

O afroempreendedorismo é um campo específico dentro do empreendedorismo que merece reconhecimento devido à sua importância para a promoção da igualdade racial e o estímulo ao desenvolvimento econômico e social da população negra. No contexto socioeconômico brasileiro atual, em que os negros são a maioria entre os empreendedores (SEBRAE, 2023), é importante compreender as experiências e os obstáculos enfrentados pelos afroempreendedores, assim como explorar as estratégias e as iniciativas que contribuem para o seu crescimento e sucesso no meio empreendedor.

A mídia tradicional reforça geralmente a narrativa midiática dos tradicionais grupos de comunicação quando divulgam informações sobre o negro, perpetuando a marginalização e a exclusão dessa comunidade. Com o afroempreendedorismo não é diferente, isso porque, geralmente, a imagem do empreendedor negro está ligada a marcas segmentadas para o público negro. Um produto comunicacional exclusivo sobre o afroempreendedorismo tem o potencial de desconstruir esses estereótipos, oferecendo uma representação mais realista e positiva dos empreendedores negros, destacando suas histórias de sucesso, compartilhando suas experiências e inspirando outras pessoas. Pensando nisso, o site é uma plataforma de comunicação acessível e de ampla abrangência, capaz de alcançar um público diversificado. Ao disponibilizar informações sobre o empreendedorismo negro de maneira acessível e fácil de ser

encontrada, a ferramenta pode impactar positivamente um número significativo de pessoas, incluindo empreendedores em potencial, estudantes e profissionais interessados no tema.

Além de desafiar os estereótipos e as representações negativas disseminadas na sociedade, através da mídia tradicional, sobre o negro, a criação de um site sobre afroempreendedorismo também pode fornecer uma base de dados e um espaço de compartilhamento de conhecimentos que podem contribuir para o avanço das pesquisas acadêmicas sobre o tema. Com base nas informações coletadas no site, vai ser possível gerar *insights*, identificar tendências e desafios enfrentados pelos empreendedores negros, auxiliando no desenvolvimento de políticas públicas mais eficazes e na produção de estudos relevantes nessa área.

Portanto, a proposta do desenvolvimento de um site sobre afroempreendedorismo se fundamentou na necessidade de fornecer informações especializadas, desconstruindo estereótipos, fomentando o empreendedorismo e o empoderamento da população negra e contribuindo para o avanço acadêmico nessa área, bem como promovendo a igualdade de oportunidades e a valorização do afroempreendedorismo.

4. OBJETIVO GERAL

O objetivo principal deste projeto foi a criação de um site focado em evidenciar na mídia o tema afroempreendedorismo, buscando, além de uma inclusão social, a promoção da imagem do empreendedor negro na mídia de forma justa e sem estereótipos raciais, apresentando o afroempreendedor apenas como aquele que trabalha com produtos étnicos ou raciais. A pesquisa teve por objetivo vincular conhecimentos de inovações tecnológicas para promover iniciativas afroempreendedoras, baseando-se em etapas específicas para alcançar o principal objetivo.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos da pesquisa foram: criar, por meio de um site, um espaço de debate sobre questões que envolvem soluções e oportunidades empreendedoras; e disseminar conteúdos multimídia com assuntos de interesse da população afroempreendedora, fazendo com que o tema tenha mais visibilidade.

1. Estudo de caso para entender o que os veículos específicos e tradicionais veiculam na mídia sobre o afroempreendedorismo;
2. Pesquisa bibliográfica que embase os principais temas: mídia e afroempreendedorismo;
3. Mapeamento de público com pesquisa qualitativa e quantitativa;
4. Criação do site, elaboração de matérias focadas no afroempreendedor.

5. REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 RACISMO E MÍDIA

No livro *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*, Muniz Sodré (2010), aborda o conceito de racismo como uma forma de estratificação social que se manifesta em diferentes esferas da vida, incluindo na mídia e na cultura. Para ele, o racismo não se limita apenas a atos individuais de discriminação racial, mas como um fenômeno estrutural que está enraizado nas relações de poder e na história de colonização e escravidão que moldaram o Brasil e outros países. Já para Almeida (2019), o racismo é uma atitude imoral e criminosa.

No livro *O estereótipo e as diversidades*, Baccega (1998), descreve o estereótipo como preconceito estrutural, passado de gerações. A autora também alerta para a dissimulação da carga negativa do estereótipo, empregada, muitas vezes, somente como conceito. Esse aspecto, geralmente, é explorado pelos meios de comunicação. A partir de uma pesquisa no *Google News*, a busca pelo termo “empreendedorismo negro” e “afroempreendedorismo” mostrou que ambos estão altamente vinculados à desigualdade socioeconômica e narrativas de superação, e não atrelado ao exercício da atividade empresarial pela população negra, como destaque de um negócio ou perfil. Um dos indícios disso é que quando se fala em grandes nomes do empreendedorismo feitos por pessoas negras, os mais citados são os de áreas de entretenimento e esporte, reafirmando os estereótipos. Nomes como David Steward, fundador e presidente do provedor de TI *World Wide Technology*, relacionados à propriedade intelectual, ainda são poucos citados na mídia.

De acordo com Gomes (2001), a mídia tem como sinônimo “meios de comunicação social”, abrangendo até os veículos responsáveis pela disseminação de informações, como rádio, jornal e televisão. Guazina (2007), também defende que a mídia é utilizada no sentido de imprensa e veículo, e às vezes, citada como *medium* (meio). Dessa forma, os termos “médium” e “meio”, significam canal de informação ou veículo que conduz o canal, por onde a informação é conduzida ou distribuída (Perassi, 2011).

Em *Claros e Escuros, Identidade, Povo e Mídia no Brasil*, Muniz Sodré diz que:

Com referência ao negro, a mídia, a indústria cultural, constroem identidades virtuais a partir, não só da negação e do recalçamento, mas também de um saber de senso comum alimentado por uma longa tradição ocidental de preconceitos e rejeições. Da identidade virtual nascem os estereótipos e as folclorizações em torno do indivíduo de pele escura (Sodré, 1999, p.246):

Em um trecho do artigo “Ser negro no Brasil hoje” publicado pela Folha de São Paulo, Milton Santos afirma:

Ser negro no Brasil é, pois, com frequência, ser objeto de um olhar enviesado. A chamada boa sociedade parece considerar que há um lugar predeterminado, lá em baixo, para os negros e assim tranquilamente se comporta. Logo, tanto é incômodo haver permanecido na base da pirâmide social quanto haver "subido na vida". (SANTOS, 2000)

No livro *Pequeno manual antirracista (2019)*, a filósofa e ativista Djamila Ribeiro aborda, ao longo de onze capítulos curtos, temas como o racismo na atualidade, negritude, branquitude, violência racial, cultura, desejos e afetos. A escritora apresenta caminhos que propõe reflexão para aqueles que queiram aprofundar sua percepção sobre o racismo estrutural. (RIBEIRO, 2019). No livro *Racismo no Brasil*, Schwarcz (2012) aponta que o brasileiro se sente rodeado por racistas em uma “ilha de democracia”, visto que 97% dos entrevistados de uma pesquisa afirmaram não serem racistas, enquanto 98% disseram conhecer pessoas próximas que têm preconceito racial (SCHWARCZ, 2012). Em entrevista à *Revista Educação*, Schwarcz (2021) disse:

É preciso que a gente aprenda o que é a branquitude como espaço de poder, de acúmulo hierárquico. É preciso que brasileiros brancos, brancas e branques aprendam a dividir a hierarquia. (SCHWARCZ, 2012)

A sociedade reafirma a ideia de que os brancos recebem mais que os negros, até mesmo no meio empresarial.

5.2 DISPARIDADE SOCIAL E AFROEMPREENDEDORISMO

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os negros representam 56,1% da população brasileira (IBGE, 2023). Mesmo correspondendo a um pouco mais da metade da população do país, a população negra recebe, em média, apenas 59% do salário médio dos brancos. O estudo de desigualdades sociais por cor ou raça no Brasil mostra que a informalidade atinge mais pretos (43%) e pardos (47%). (IBGE, 2021). No entanto, os negros são a maioria entre os empreendedores brasileiros (SEBRAE, 2023). Em 2020, o Brasil era o sétimo país do mundo com mais empreendedores, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). A IV Pesquisa do Perfil Socioeconômico e Cultural dos Estudantes de Graduação das Instituições Federais de Ensino Superior Brasileiras realizada pela Andifes, em 2014, comprovou o aumento no número de negros inseridos no ensino superior federal do Brasil. No entanto, em 2022, o estudo do Sebrae

indicou que, entre os empreendedores negros, 41% dos donos de negócio têm ensino fundamental, comparado a 28% dos brancos. Já entre os empreendedores com o ensino superior, 32% são brancos, ante 13% de negros (SEBRAE, 2022).

Uma análise de perfil dos empreendedores brasileiros por raça e gênero, feita pelo economista do Sebrae, comprova que os ditos “donos de negócios” são na realidade empreendedores por necessidade, isto é, aqueles que constroem pequenos negócios para sobreviver. Quanto à obtenção de financiamento e de crédito, um estudo do Instituto Locomotiva, apontou que cerca de 79% das pessoas negras já sofreram discriminação das instituições financeiras ao solicitarem acesso a crédito. Tais situações envolveram: os funcionários acharem que elas não tinham dinheiro, reforçando o imaginário social de que a população negra é pobre e não tem capacidade para gerir; e motivos característicos de racismo, como o dizer que “aquele estabelecimento não é para você”, como se instituições que envolvem dinheiro e poder fossem apenas para pessoas brancas. (CUFA; Locomotiva, 2022). Por outro lado, em 2021, o Projeto de Lei Complementar nº 215, de 2021, do senador Fabiano Contarato (PT-ES), altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e a Lei n.º 13.999, de 18 de maio de 2020, “para dispor sobre prioridade e condições favorecidas na concessão de crédito para empreendedores e profissionais liberais negros¹”. A medida visa mudar o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte para permitir que o afroempreendedor possa ter acesso facilitado ao crédito.

Nogueira (2014), defende que essa “preocupante situação” do afroempreendedor brasileiro está atualmente ligada a anos de exclusão. Segundo pesquisa realizada em 2021 pela *RD Station*, *Inventivos* e o *Movimento Black Money* o afroempreendedorismo movimenta cerca de R\$ 1,73 trilhão por ano no Brasil, mas possuem 40% de diferença de renda comparados com os brancos. (FORBES TECH, 2021). Neste sentido, o *black money* trabalha no incentivo ao consumo de produtos comercializados por negros, contribuindo para o favorecimento e uma maior circulação de riqueza por mãos afroempreendedoras. (Santos, 2019). Nos últimos anos, a identidade negra vem se afirmando e valorizando de forma mais acentuada, isso pode ser observado no aumento das autodeclarações negras no Relatório das Desigualdades de Raça, Classe e Gênero realizado pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa Gemaa entre 2011 e 2015. (CAMPOS, 2018). Esse comportamento reforça a ideia de que a população negra tende a buscar por produtos e serviços ligados às suas especificidades. (Reis,

1

2019, p.14). É nessa procura por representatividade, que o Movimento *Black Money*, que é hub de inovação para inserção e autonomia da população negra no mundo digital, vem se apoiando.

Quanto a identidade negra, Teixeira (2017) aponta que o termo afroempreendedorismo colabora para a mudança do imaginário da sociedade que historicamente associa papéis inferiores aos negros. Segundo Campos (2018), é importante destacar a vontade dos afroempreendedores de se serem reconhecidos por ocupar outras áreas que não as étnicas. Isso porque, geralmente, o empreendedor negro é visto como aquele que trabalha exclusivamente com a temática afro. Um estudo da *RD Station* realizado em 2021 com uma amostra de 1.016 pessoas, sendo 61,5%, mulheres frente a 36,4% homens, a maioria das afroempreendedoras está ligada à indústria de cuidados, comunicação e alimentos.

5.3 INICIATIVAS DO AFROEMPREENDEDORISMO

No dia 26 de agosto, é celebrado em São Paulo o Dia do Afroempreendedor, data em que, em 2016, foi instituído o Programa Municipal São Paulo Afroempreendedor. Proposta pelo vereador André Santos (PRB), a data foi escolhida em 2019 pela Câmara Municipal de São Paulo, fazendo parte do calendário comemorativo do Estado de São Paulo desde então.

Em 2017, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) criou uma pesquisa com o intuito de analisar o mercado das feiras de afroempreendedorismo no estado do Rio de Janeiro. O estudo teve como foco os empreendedores que estão presentes nas feiras de afroempreendedores comercializando produtos relacionados ao continente africano (SEBRAE, 2017). O Sebrae descreve o empreendedorismo como:

A capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas.

O conceito de afroempreendedor trazido pelo Sebrae é limitado, sendo este um “pequeno empresário que se declara negro e que manufatura e/ou comercializa produtos voltados para sua própria etnia” (SEBRAE, 2017). Já para Nascimento (2018), afroempreendedor é aquele autodeclarado preto ou pardo que produz e/ou oferece serviços ou produtos relacionados à identidade racial e cultural. Por outro lado, o empreendedor negro teria outra denominação, sendo uma pessoa que também se autodeclara preta ou parda e comanda um negócio não necessariamente relacionado às suas questões étnico-raciais. Por outra perspectiva, quando se fala da ordem jurídica, a definição é mais completa. No Distrito Federal,

a palavra “afroempreendedor” é compreendida pela Lei distrital n. 5.447/2015, que institui o Programa Afroempreendedor no Distrito Federal (SINJ-DF, 2015):

Art. 1º Fica instituído o Programa Afroempreendedor, com os seguintes objetivos:

I – desenvolver estratégias e ações para o fortalecimento e o desenvolvimento dos empreendedores afro-brasileiros no Distrito Federal;

II – desenvolver estratégias e ações para promover o empreendedorismo afro-brasileiro nos diversos segmentos econômicos do Distrito Federal;

III – promover e fortalecer o empreendedorismo nas comunidades tradicionais e de terreiros;

IV – promover ações que desenvolvam a conscientização e a mobilização da população afrodescendente que visem à igualdade de participação no mercado de trabalho;

V – criar a Rede do Distrito Federal de Micro e Pequenos Afroempreendedores, a fim de possibilitar a troca de experiências, os intercâmbios e o desenvolvimento de negócios solidários para o fortalecimento econômico deste segmento;

VI – desenvolver estratégias e ações para o fortalecimento e o crescimento das iniciativas produtivas no universo da economia criativa, da economia solidária e do cooperativismo.

Ao longo dos anos, conforme os afroempreendedores se tornavam maioria entre os empreendedores brasileiros, iniciativas foram sendo criadas, como o *NoFront - Empoderamento financeiro*, plataforma gerida pela economista Gabriela Chaves e pelo planejador financeiro Rodrigo Dias, que tem a missão de promover o empoderamento financeiro da comunidade negra e periférica. Além disso, a plataforma, criada em 2018, oferece ensino sobre economia de maneira estratégica, por meio de músicas de rap, bem como cursos, consultorias, palestras, workshops e *podcasts*. (NoFront, 2023). Outra organização referência em apoiar o afroempreendedorismo é o “Coletivo Meninas Mahin”, cujo objetivo é fomentar o empreendedorismo feminino e contribuir no combate às desigualdades raciais. (COLETIVO, 2023)

Quando se fala em afroempreendedorismo, as feiras estão entre os seus principais meios de divulgação. Em 2002, foi criada a Feira Preta, que tinha como foco a venda de produtos de empreendedores negros. Atualmente, a iniciativa se tornou um festival com conteúdo, produtos e serviços nos mais diversos segmentos, pautando tendências, lifestyle e inovações afro-brasileiras. (FEIRA PRETA, 2023). Iniciativas e movimentos também foram criados visando reafirmar e encorajar o afroempreendedorismo. Em 2015, foi criada a Rede Brasil Afroempreendedor (REAFRO), organização sem fins lucrativos que fomenta e estimula a atividade empresarial da população negra brasileira. A REAFRO tem por objetivo fortalecer o afroempreendedorismo através da educação empreendedora, gerando apoio a empreendedores

negros, fazendo com que esses profissionais se desenvolvam, alcançando potencial necessário para ganhar mais destaque no mercado. (REAFRO, 2023). Similarmente, o Movimento Black Money, um hub de inovação para inserção e autonomia da comunidade negra na era digital, com foco em comunicação, educação e geração de negócios pretos. O projeto visa o favorecimento de negócios de afroempreendedores. (MBM, 2023).

6. METODOLOGIAS

Na pesquisa foi empregada abordagem mista: qualitativa e quantitativa, ao utilizar como instrumentos para coleta de dados o estudo de caso, pesquisa bibliográfica, entrevista e questionário (*Survey*).

Segundo Minayo (2001), a pesquisa qualitativa é aquela que responde questões particulares. Nas ciências sociais, ela trabalha com significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, correspondendo a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser usados para medir variáveis.

Desse modo, no início da produção desta pesquisa, foi aplicado um questionário pré-teste com duas questões qualitativas e uma quantitativa na plataforma do WhatsApp para nove pessoas entre 20 e 40 anos, sendo pretas, pardas e brancas, que puderam sugerir pautas e dizer o que esperavam de uma revista com a temática afro, isso porque, inicialmente, um dos objetivos gerais do projeto era produzir uma revista com a temática afro.²

Os entrevistados tiveram que responder às seguintes perguntas:

- O que chamaria sua atenção numa revista sobre negritude?
- Sugira uma pauta importante para ser abordada em uma das reportagens.
- Você leria uma revista impressa sobre negritude?.

Duas respostas do questionário chamaram a atenção:

“Falar sobre o empreendimento das pessoas negras, porque a visibilidade ainda é pouco para as pessoas negras”.

- “Empreendimento e a negritude”.

A partir deste questionário teste observou-se que pouco era falado sobre o empreendedor negro na mídia e suas questões nem sempre eram noticiadas pelos veículos tradicionais.

Algumas respostas também reafirmaram a ideia de que, geralmente, quando se fala de mídia no imaginário das pessoas, o negro é citado em temas ligados a autoestima, moda e costumes de origens étnicas e raciais. Isso pôde ser observado em:

- “Pautas sobre beleza. Muitas pessoas acham futilidade. Mas eu acredito que a autoestima é uma ferramenta fundamental na luta antirracista”.
- “Origem de costumes, danças, vestimentas, etc. e a sua relação com o cotidiano (se houve alguma modificação, se permaneceu a mesma)”.

² O questionário pré-teste será explicado na metodologia. Os gráficos referentes aos questionários estão presentes nos anexos

- “Se fosse uma revista sobre moda”.

Após sentir a necessidade do tema na mídia, o afroempreendedorismo foi escolhido para ser trabalhado, tendo como produto um site. Posteriormente, um novo questionário foi distribuído no WhatsApp e por e-mail para um grupo de 100 pessoas com idade, raça, nível de escolaridade e econômicos variados, resultando em 39 respostas. Este possuía 18 perguntas (qualitativas e quantitativas). As pessoas tiveram a oportunidade de escrever sobre quais assuntos relacionados ao afroempreendedorismo queriam ver no site, além de descrever o que conheciam a respeito do tema. 52,6% das pessoas que responderam às perguntas eram negras (34,2% pardos; 18,4% pretos).

No questionário, algumas das perguntas contribuíram para confirmar a demanda do problema de pesquisa. Tais elas foram:

- Você acha que a mídia tradicional dá destaque suficiente aos empreendedores afrodescendentes e às histórias de sucesso relacionadas ao afroempreendedorismo?
- Caso haja um site sobre afroempreendedorismo, que tipo de informação você gostaria de ler?
- Na sua percepção, quais são as principais iniciativas ou políticas que podem apoiar o crescimento do afroempreendedorismo?
- Na sua opinião, como a mídia pode ajudar a desconstruir estereótipos e preconceitos em relação aos empreendedores afrodescendentes?
- Na sua percepção, como a mídia pode contribuir para inspirar e motivar mais afrodescendentes a se tornarem empreendedores?

Quando perguntado: “Você acha que a mídia tradicional dá destaque suficiente aos empreendedores afrodescendentes e às histórias de sucesso relacionadas ao afroempreendedorismo?”, 38 pessoas responderam. Dessas, 55, 3% marcaram a alternativa “não, raramente são abordadas”, 42,1% optaram pela “às vezes, depende do contexto”, enquanto menos de 3% responderam “sim, definitivamente”. Conforme as outras perguntas, as respostas que mais se destacaram foram:

- [Falar sobre o que] “novidades de negócios emergentes, dicas de empreendedores mais experientes”.
- [Abordar] “oportunidades de treinamento, acesso a crédito e grupos de construção de lista de contatos”.

- [Como apoiar e incentivar o afroempreendedor] “criação de feiras, festivais etc que dêem aos empreendedores a chance de divulgar seu trabalho. Além disso, no que diz respeito à mídia, programas que toquem nesse tema, mesmo que estes não tratam exclusivamente de afroempreendedores (como pequenas empresas, grandes negócios e outros programas afins)”; “visibilidade em jornais”.
- [Como desconstruir os estereótipos do afroempreendedor na mídia] “dando espaço para que esses empreendedores possam divulgar seus trabalhos, diretamente da fonte”; “trazendo mais destaque o trabalho negro, colocando o empreendedor negro na mesma posição que eles colocam os brancos”.
- [Como a mídia pode incentivar futuros afroempreendedores] “Estimulando o empreendedorismo, através da divulgação incansável das possibilidades do mercado e dos casos notórios”; “Gerando identificação, normalizando nossa presença, gerando oportunidades, dando workshops, incentivos de financiamento, *hackathons*. Noticiando, evidenciando”.

Para embasar o trabalho, na pesquisa bibliográfica, foram feitas buscas por portais, sites, artigos e trabalhos acadêmicos, que evidenciaram a falta de um site e até mesmo estudos que tratam exclusivamente do afroempreendedorismo na mídia. A bibliografia desta pesquisa foi construída principalmente baseada em dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Google Acadêmico, Biblioteca Digital da Produção Intelectual da Universidade de Brasília, SciELO e outras pesquisas relevantes relacionadas à imagem do negro e do afroempreendedor.

No estudo de caso, durante a pesquisa também foram analisados sites e portais de notícias tradicionais, assim como especializados em questões ligadas ao negro, como a *Revista Raça Brasil*, a agência de notícias *Afropress*, o site *Ceará Criolo*, além de veículos conhecidos no Brasil, como a *Folha de São Paulo*, portal *Metrópoles* e o portal de notícias da *Globo, G1*. Com isso, foi possível perceber quais são os assuntos que normalmente são associados aos negros na mídia, geralmente, crime, vulnerabilidade social e econômica e cultura.

Na fase de produção do conteúdo do site: matérias, podcast e iniciativas, também foi empregada como método de coleta de dados a entrevista. Nesse período, foram entrevistados afroempreendedores e especialistas com o intuito de enriquecer o trabalho com dados e experiências. Os entrevistados foram Erika Souza, uma jovem empreendedora negra, de Brasília, que começou a vender doces para obter sua independência financeira; Gabriela Palma,

uma afroempreendedora, do Rio de Janeiro, que trabalha com afroturismo, além de um economista, que explicou sobre os empreendedores negros não terem acesso facilitado ao crédito.

O podcast foi uma ferramenta utilizada no site como forma de trazer mais elementos multimídia para a plataforma. Com isso, o intuito é trazer sempre assuntos que estejam em alta e/ou sejam importantes para o meio afroempreendedor. No episódio piloto, o tema foi: empreendendo por necessidade. Foram feitas perguntas para a empreendedora Erika Souza, que começou a vender doces depois de não conseguir se colocar no mercado de trabalho para entender como ela decidiu empreender.

Algumas perguntas:

- Fale um pouco sobre a sua história até o momento em que você decidiu empreender.
- Falando sobre a questão racial, você acredita que as pessoas pretas começam a empreender a partir do momento que as portas são fechadas para elas? Como mulher preta, como você enxerga isso?

Respostas:

- Eu estava passando por um momento complicado na minha vida em termos financeiros. E aí eu tinha visto um vídeo no *Youtube* de uma moça que disse conseguir fazer a renda dela com venda de trufas. E aí eu peguei aquilo para mim. Eu falei: “opa. Eu acho que não é tão difícil fazer trufa”. Aí eu peguei o dinheiro que eu tinha e aí fui no mercado, comprei as coisas e comecei a fazer trufas para poder vender e conseguir minha renda.
- Eu acho que de tanto a pessoa bater na porta e não ter oportunidade, a pessoa mesmo faz sua oportunidade. Eu estou batendo aqui não está dando certo, estou batendo ali não está dando certo, então eu mesma vou ter que fazer dar certo. E ela mesma vira a chefe dela. De tantas recusas que ela tem, ela mesma começa a querer ser mais. E aí ela faz a oportunidade dela. A oportunidade da vida dela.

Para a afroempreendedora Gabriela Palma, algumas das perguntas foram:

- Como sua identidade racial influenciou suas experiências como empreendedora?
- Quando surgiu a ideia de empreender? Partiu de uma necessidade? Quais foram suas motivações?

Respostas:

- A minha identidade racial influenciou totalmente na experiência de como eu fui empreender, porque quando eu fazia o curso de guia, eu fui fazer uma visita técnica justamente na área da Pequena África aqui no Rio de Janeiro, na zona portuária. Aí eu fui impactada com aquela visita técnica de uma forma que: “cara, como ninguém no Rio de Janeiro, como nenhum guia está trabalhando esse território? Contando essas histórias, trazendo essas informações. Aquilo ali mexeu comigo de uma tal forma que até aquele momento, eu sendo uma mulher preta de pele clara, eu fiquei assim: “caraca, que loucura. Como eu nunca tinha parado para pensar nisso. Como minha família nunca discutiu essas questões. Como eu não sabia quem era Mercedes Batista ou Abdias do Nascimento. Como que eu não tinha essas informações na minha formação como cidadã né?! Como mulher preta. Então isso mexeu comigo sim e dentro da área de turismo eu enveredei para empreender justamente com o afroturismo, que é esse turismo afroreferenciado, que é trazer luz a história de pessoas e territórios que foram apagados ao longo do tempo.
- Surgiu a partir de uma necessidade. Eu fui mandada embora de um trabalho que eu fazia. Eu trabalhava em uma multinacional de petróleo e gás. Em 2015, mandaram uma galera embora e eu fui uma dessas pessoas. E aí eu resolvi tentar ir para um mercado que eu gostasse. Eu sempre gostei do mercado de turismo. Comecei a procurar na internet quais eram as possibilidades, vi que existia o curso de guia de turismo e me interessei pela profissão e fui fazer o curso no Senac. O curso técnico de guia de turismo.

Ao entrevistar o economista César Bergo, algumas das perguntas abordadas para entender o motivo da dificuldade de acesso ao crédito para afroempreendedores foram:

- Existem dados que evidenciam as desigualdades de acesso ao crédito enfrentadas por empreendedores negros em relação a outros grupos raciais. Quais são as principais razões econômicas e estruturais por trás dessa dificuldade?
- Na sua opinião, quais medidas as instituições financeiras, os reguladores e os governos podem adotar para promover a igualdade de acesso ao crédito?

Respostas:

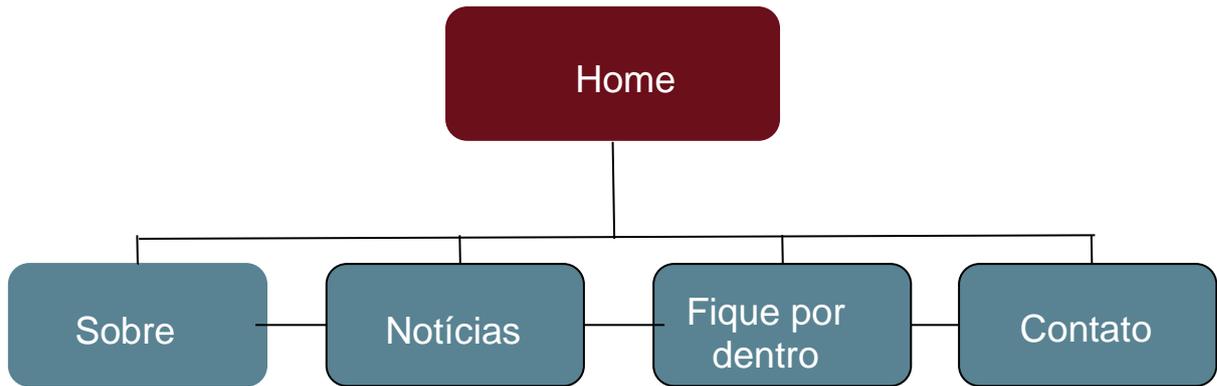
- No Brasil, o empreendedor negro enfrenta a mesma dificuldade que as mulheres para ter acesso ao crédito. Por conta do aspecto cultural, por anos esses empresários foram discriminados e é difícil de uma hora para outra mudar esse conceito, a não ser através de políticas públicas. Também tem a questão estrutural, que se deve às atividades desempenhadas pelos empreendedores que também, de alguma forma quando você vai enfrentar a questão do crédito, tem alguns elementos que acabam de alguma forma afastando e reduzindo a possibilidade desse empreendedor conseguir crédito, o que acaba refletindo nas estatísticas. Não só a questão do nível de ensino, mas em relação às atividades econômicas.
- Quando a gente fala em crédito, nós temos que levar em consideração alguns aspectos. Um deles é exatamente a questão do caráter do crédito, que leva ao histórico do crédito individual. Então, é muito comum que o empreendedor negro não tenha esse histórico e tenha muita dificuldade, porque tanto os bancos, como as financeiras são muito seletivas nessa questão onde vai demonstrar situação financeira. Então existe um risco maior nesse aspecto que deverá ser vencido, não pela questão da raça, mas pela condição da própria pessoa.

6.1 PROJETO EDITORIAL E GRÁFICO DO SITE

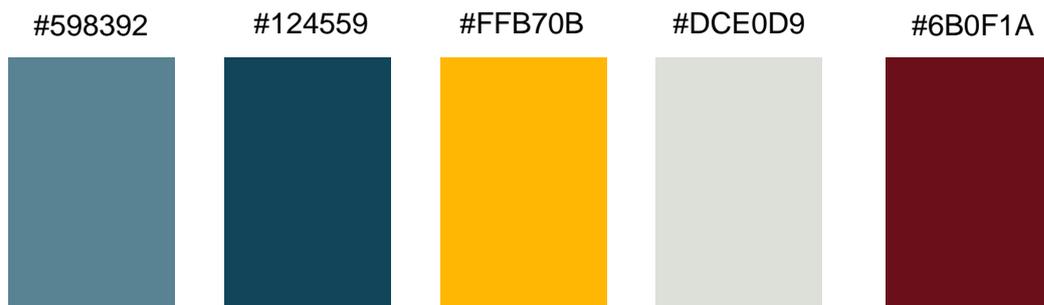
O site foi pensado para ser intuitivo e multimídia, conforme as limitações de um modelo da plataforma de sites gratuitos Wix. Dessa forma, o site se divide em cinco seções: home, sobre, notícias, fique por dentro e contato.

Dentro do "home" está explicado o intuito da construção do site e o "quem somos".

Já nas editorias "Notícias" e "Fique por dentro" estão presentes as matérias, podcast e informações sobre cursos, eventos e iniciativas afroempreendedoras. Foram produzidas matérias, que terão como objetivo informar e esclarecer as principais dúvidas que as pessoas têm com relação ao afroempreendedorismo, isso segundo o questionário aplicado, como conhecer a vida e história de sucesso de afroempreendedores e acesso ao crédito para empreendedores negros. Além disso, há um vídeo no home explicando as principais informações relacionadas ao afroempreendedor brasileiro, como o fato deles serem a maioria e ainda assim, ganharem pouco. Este vídeo foi inspirado no conteúdo do canal no *Youtube*, Juventude Negra.



Para compor a identidade visual do site, foi realizado um estudo das cores para entender qual seria a paleta que passasse seriedade e elegância para o site. Considerando que o site tinha por um de seus objetivos fortalecer a imagem do empreendedor negro na mídia, fugindo dos estereótipos, o ideal era que as cores não remetesse à festa, esporte ou bandeiras do continente africano. Dessa forma, a paleta escolhida é formada por cores cujo os códigos estão no sistema hexadecimal e RGB (Red (vermelho) Green (verde) e Blue (azul)).



A família de fonte escolhida para fazer parte do projeto foi a *Montserrat*. Propositadamente, uma fonte não serifada (*sans serif*). As fontes sem serifa surgiram na Inglaterra durante os anos 1920 e 1930. Não têm prolongamentos nas hastes e na maioria das vezes transmitem uma aparência limpa e moderna, além de serem comumente utilizadas em sites. No site, os textos estão alinhados à esquerda, facilitando a leitura e evitando falta de concentração.

MONTERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTERRAT HAIRLINE
MONTERRAT ULTRA LIGHT
MONTERRAT LIGHT
MONTERRAT REGULAR

MONTERRAT SEMI BOLD
MONTERRAT BOLD
MONTERRAT EXTRA BOLD
MONTERRAT BLACK

AFRO EMPREENDEDOR NEWS

O nome do site foi escolhido considerando abordar os seguintes pontos: referência ao negro e suas raízes afrodescendentes, o empreendedorismo e a notícia/comunicação. Desse modo, empregando as três, o resultado foi: Afroempreendedor News.

A logo do site foi inspirada na força e na genialidade da população afroempreendedora, com isso, através da plataforma do *Canva*, foi possível unir dois símbolos que representassem essas referências: um punho erguido com as mãos fechadas e uma lâmpada.



As imagens utilizadas em todo o projeto são de banco de fotos, redes sociais, arquivo pessoal e de alguns veículos de comunicação, isso é, empregando sempre o endereço de suas fontes e respeitando seus direitos autorais.

Com o intuito de alcançar um maior público, também foi criada uma conta no *Instagram* chamada com o mesmo título do site: @afroempreendedornews. Além disso, foi criado um endereço de e-mail para que aqueles interessados possam enviar mensagem ou alguma dúvida: afroempreendedorismonews@gmail.com.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção da pesquisa se deu a partir da ideia de se fazer um produto digital que pautasse assuntos relacionados ao afroempreendedorismo. Ao longo da pesquisa pôde-se constatar o quanto o mercado é órfão de veículos e produtos comunicacionais que tratam exclusivamente sobre o tema.

Após aplicar questionários, realizar pesquisas, entrevistas, e produzir o conteúdo para o site, é possível afirmar que o trabalho alcançou as expectativas do início da pesquisa. Isso porque, o material e a linha editorial foram desenvolvidos e pensados para responder às principais questões levantadas pelos entrevistados nos questionários.

Trabalhar o referencial teórico, realizar estudo de caso e aplicar questionários foi importante para entender o que o público esperava encontrar em um site voltado para o afroempreendedorismo, visto que o tema é pouco falado na mídia tradicional. Essa coleta de dados contribuiu para que os assuntos abordados no site fossem totalmente relevantes.

Também é importante destacar que ao buscar pelos termos “afroempreendedorismo” e “empreendedorismo negro” nas principais plataformas de buscas de estudos e artigos, os assuntos não eram voltados para a comunicação, geralmente envolviam questões econômicas e sociais, dificultando o aproveitamento de ideias.

Notou-se também por meio do questionário, que as pessoas (55,3%) sentem necessidade de ouvir falar a respeito do afroempreendedorismo. Observa-se isso no número de pessoas que responderam “não” quando a pergunta foi: “Você acha que a mídia tradicional dá destaque suficiente aos empreendedores afrodescendentes e às histórias de sucesso relacionadas ao afroempreendedorismo? ”.

O site juntamente com seu conteúdo reafirma que o afroempreendedor é uma figura importante no meio econômico brasileiro e merece destaque como tal. O Afroempreendedor News é um protótipo comprometido a ser um veículo multimídia, que pode se tornar uma referência quando o assunto é afroempreendedorismo e mídia. Seu desenvolvimento tem muito a agregar à imprensa brasileira. Desse modo, o site pode se sustentar e se consolidar por meio de parcerias e/ou patrocínio com empresários que compartilhem dos mesmos objetivos e princípios do Afroempreendedor News.

Foi possível concluir que o jornalismo é capaz de colocar em destaque, de forma positiva, grupos marginalizados e excluídos pela sociedade, o que é gratificante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Afropress - Agência de notícias, 2023. Disponível em: <https://www.afropress.com/>. Acesso em 2023.

ALMEIDA, Silvio. Racismo estrutural. Pólen Produção. Editorial LTDA, 2019.

Alves Campos, A. (2018). A valorização do negro no Brasil e o afroempreendedorismo. Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto. Disponível em: https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/1180/6/MONOGRAFIA_Valoriza%C3%A7%C3%A3oNegroBrasil.pdf. Acesso em: 23 maio 2023.

ANDIFES. IV pesquisa do perfil socioeconômico e cultural dos estudantes de graduação das instituições federais de ensino superior brasileiras 2014. Disponível em: <http://www.prae.ufpr.br/prae/wp-content/uploads/2016/09/IV-PESQUISA-PERFIL-DISCENTE.pdf>. Acesso em: 20 de jun. de 2023.

As Negas do Ziriguidum, https://www.instagram.com/asnegasdoziriguidumoficial?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=OGQ5ZDc2ODk2ZA== Acesso em: 02 jan 2024.

BACCEGA, M. A. O estereótipo e as diversidades. Comunicação & Educação, [S. l.], n. 13, p. 7-14, 1998. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i13p7-14. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36820>. Acesso em: 27 out. 2023.

Ceará Criolo - Comunicação ancestral com vista para o futuro, 2023. Disponível em: <https://cearacriolo.com.br/>.

Coletivo Meninas Mahin. Disponível em: <https://meninasmahin.com/>. Acesso em 27 outubro 2023.

Sindicato dos Empregados em Estabelecimentos de Serviços de Saúde de São Paulo (SindSaúde-SP). DIEESE divulga mapa sobre a população negra e o mercado de trabalho. Sindicato dos Empregados em Estabelecimentos de Serviços de Saúde de São Paulo. Disponível em: <https://www.sindsaude.com.br/dieese-divulga-mapa-sobre-a-populacao-negra-e-o-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 21 maio 2023.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Página inicial. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/pt/inicio.html>. Acesso em: 14 maio 2023.

Gomes Teixeira, L. (2017). Afroempreendedores: desafios e oportunidades para Empreendedores negros no Distrito Federal. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/20741/1/2017_LinekerGomesTeixeira_tcc.pdf. Acesso em: 23 maio 2023.

Revista Raça Brasil, 2023. Disponível em: <https://revistaraca.com.br/>.

SEBRAE. Portal Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em: 23 maio 2023.

Forbes Tech. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/07/pesquisa-sobre-afroempreendedorismo-no-brasil-revela-que-486-dos-negocios-ainda-nao-tem-faturamento/>. Acesso em: 23 maio 2023.

Festival Feira Preta. Disponível em: <https://festivalfeirapreta.com.br/>. Acesso em: 23 maio 2023.

REAFRO - Rede de Empreendedores e Empreendedoras Afro-Brasileiros. Disponível em: <https://reafro.org.br/apresentacao-reafro/>. Acesso em: 23 maio 2023.

NoFront - Empoderamento financeiro. Disponível em: <https://www.nofront.com.br/>. Acesso em: 27 outubro 2023.

Coletivo Meninas Mahin. Disponível em: <https://meninasmahin.com/>. Acesso em 27 outubro 2023.

Distrito Federal. Lei nº 5447, de 12 de janeiro de 2015. Disponível em: https://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/78930/Lei_5447_12_01_2015.html. Acesso em: 23 maio 2023.

FOLHA DE S. PAULO. "A biodiversidade amazônica em perigo". São Paulo, 7 de maio de 2000. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs0705200007.htm>. Acesso em: 19 jun. 2023.

Globo.com. (2022). Dia do Afroempreendedor: investidores negros querem mudar o mundo, mas enfrentam dificuldade de acesso a crédito e abertura de contas. Disponível em: <https://g1.globo.com/empreendedorismo/noticia/2022/08/26/dia-do-afroempreendedor-investidores-negros-querem-mudar-o-mundo-mas-enfrentam-dificuldade-de-acesso-a-credito-e-abertura-de-contas.ghtml>. Acesso em: 23 de out. de 2023.

GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. *Revista Debates*, v. 1, n. 1, p. 49-49, 2007.

GOMES, P. B. M. B.. Mídia, imaginário de consumo e educação. *Educação & Sociedade*, v. 22, n. 74, p. 191–207, abr. 2001.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: características gerais dos domicílios e dos moradores, 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2022b.

ILOCOMOTIVA. O mercado da maioria: periferia e diversidade como estratégia de negócio. CUFA – Locomotiva, 2022. Disponobvel em: <https://ilocomotiva.com.br/estudos/#>. Acesso em: 29 outubro 2023.

Juventude Negra. O que é afroempreendedorismo?. YouTube, 26 de agosto de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7W4WoOmv9uk&t=2s>.

Movimento Black Money. Disponível em: <https://movimentoblackmoney.com.br/sobre/>. Acesso em: 23 maio 2023.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. III Seminário de Ciências Sociais. PGCS UFES. Vitória, 2018.

O dia do afroempreendedor é comemorado no Legislativo Paulistano. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/dia-do-afroempreendedor-e-comemorado-no-legislativo-paulistano/>. Acesso em: 19 jun. 2023.

PERASSI, R.; RODRIGUES, T. M. Conhecimento, Mídia e Semiótica na Área de Mídia do Conhecimento. In: VANZIN, T.; DANDOLINI, G. A. Mídias do Conhecimento. Florianópolis: Pandion, 2011. p. 47-73.

REIS, A. M. S. (2019). UJIMA Circuito Afroempreendedor: memória do projeto cultural. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) -Universidade Federal da Bahia, Salvador.

RIBEIRO, Djamila. Pequeno manual antirracista. São Paulo. Companhia das letras, 2019.

SANTOS, M. A. dos. (2019). O lado negro do empreendedorismo: afroempreendedorismo e black money. Belo Horizonte: Letramento.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Racismo no Brasil. 2º ed. São Paulo. Publifolha, 2012.

SCHWARCZ, Lilia. Brasil Racista. Revista Educação, São Paulo, v. 2021, n. 9, p. 24-28, set. 2021. Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2021/09/09/lilia-schwarcz-brasil-racista/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

SEBRAE. O perfil do empreendedorismo por raça/cor e gênero no Brasil. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-perfil-do-empreendedorismo-por-racacor-e-genero-no-brasil,effabec394316810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 25 de out. de 2023.

SENADO FEDERAL. Atividade Legislativa. Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/151402?_gl=1*b9qoxo*_ga*NzQ1ODkxOTUuMTY3NzY3NTY4NQ..*_ga_CW3ZH25XMK*MTY4Njg5MDYxNy4zLjAuMTY4Njg5MDYxNy4wLjAuMA... Acesso em: 16 jun. 2023.

SODRÉ, Muniz. Claros e Escuros: Identidade, Povo e Mídia no Brasil. 2ª ed. Rio de Janeiro. Editora Vozes, 1999.

SODRÉ, Muniz. Reinventando a cultura: A comunicação e seus produtos. Rio de Janeiro. Editora Vozes, 2010.

9. ANEXOS E APÊNDICES.

9.1 ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

Para o economista:

1. Existem dados que evidenciam as desigualdades de acesso ao crédito enfrentadas por empreendedores negros em relação a outros grupos raciais. Quais são as principais razões econômicas e estruturais por trás dessa dificuldade?
2. Como o histórico de crédito afetam as oportunidades de empreendedores negros para obter empréstimos financeiros?
3. Como os vieses e a discriminação racial podem influenciar as decisões de concessão de crédito por parte das instituições financeiras?
4. Na sua opinião, quais medidas as instituições financeiras, os reguladores e os governos podem adotar para promover a igualdade de acesso ao crédito?
5. Na sua opinião, qual é o papel dos empreendedores negros no desenvolvimento econômico e como melhorar seu acesso ao crédito pode beneficiar a economia como um todo?

Para o podcast:

1. Fale um pouco sobre a sua história até o momento em que você decidiu empreender.
2. Quais foram os seus principais incentivadores?
3. Vender doces pode parecer fácil, né!? Mas provavelmente você encontrou desafios pelo caminho. Quais foram eles e como você os contornou?
4. Falando sobre a questão racial, você acredita que as pessoas pretas começam a empreender a partir do momento que as portas são fechadas para elas? Como mulher preta, como você enxerga isso?
5. A sua área de atuação é uma das mais disputadas no mercado, visto que há bastante concorrência. Você acredita que a sua identidade negra tenha impactado ou impacta de alguma forma no sucesso de suas vendas?
6. Você enfrentou preconceito ou discriminação ao longo dessa sua jornada como empreendedora negra?

7. O empreendedorismo, de maneira geral, requer criatividade. Como você inovou a sua abordagem para se destacar no mercado?
8. Os negros estão entre a maioria dos empreendedores brasileiros. Você acha que o empreendedorismo negro, especialmente no setor alimentício, pode contribuir para o fortalecimento da comunidade negra?
9. Que conselhos você daria às mulheres pretas que têm esse sonho, vontade de empreender?

Para a matéria da empreendedora - afroturismo:

1. Quando surgiu a ideia de empreender? Partiu de uma necessidade? Quais foram suas motivações?
2. Quais foram suas dificuldades ao longo do caminho?
3. Como sua identidade racial influenciou suas experiências como empreendedora?
4. Você tem algum objetivo específico de impacto social por meio do seu empreendimento?
5. Alguma rede de apoio ou grupos de empreendedores negros, ajudaram você na sua jornada?
6. Na sua opinião, qual é a importância da diversidade e inclusão no mundo dos negócios?
7. Que conselhos você daria a uma pessoa negra que deseja empreender?
8. Que estratégias (se tem) você adotou para combater o preconceito ou a discriminação?
9. Quais são seus planos futuros como empreendedora?

9.2 QUESTIONÁRIOS

9.2.1 Questionário pré-teste

1 - O que chamaria sua atenção numa revista sobre negritude?

2 - Sugira uma pauta importante para ser abordada em uma das reportagens.

3 - Você leria uma revista impressa sobre negritude?

Resultado da primeira pergunta

- Uma capa com título e imagem bem chamativa.
- Pautas sobre beleza. Muitas pessoas acham futilidade. Mas eu acredito que a autoestima é uma ferramenta fundamental na luta antirracista.
- Levantar pautas a respeito de como o negro é tratado na sociedade, as dificuldades que esse grupo enfrenta no seu cotidiano e o que o Estado tem feito para diminuir o número de racismo no Brasil.
- Origem de costumes, danças, vestimentas, etc. e a sua relação com o cotidiano (se houve alguma modificação, se permaneceu a mesma).
- Nunca li uma revista com essa temática, mas me chamaria atenção imagens e textos voltados para o fortalecimento da negritude na sociedade brasileira.
- Falar sobre o empreendimento das pessoas negras. Porque a visibilidade ainda é pouco para as pessoas negras.
- Se fosse uma revista sobre moda.
- Entrevistas com pensadores pretos.
- O tema. Para combater o racismo é preciso conhecimento.

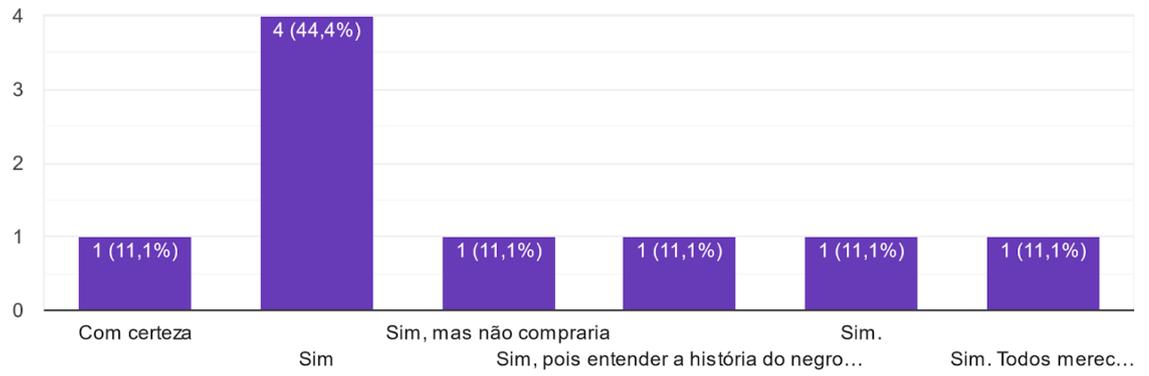
Resultado da segunda pergunta

- Como podemos acabar com o racismo no futebol? De que maneira isso é possível?
- Transição capilar; - Auto aceitação (não só em relação ao cabelo, mas de outros traços negroides que ainda hoje são discriminados).
- Relatos sobre dificuldade de inserção no mercado de trabalho, ou situações que pessoas já vivenciaram dentro das empresas por causa do racismo.
- Qual a representatividade do negro na nossa atualidade? Visando que esse povo sempre sofreu racismo e maus tratos durante séculos e mesmo assim na nossa atualidade isso ainda continua muito presente.
- Seria legal abordar produtos culturais produzidos por essa comunidade.
- Influências da negritude na sociedade em formato de curiosidades, ou seja, aspectos novos de que a maior parte da sociedade não tem conhecimento.
- Empreendimento e a negritude.
- Influência das cores dos tecidos africanos na moda ocidental de hoje, colorismo e colonialidades.
- Solidão da mulher negra, saúde da população negra, masculinidade negra.

Respostas da terceira pergunta

Você leria uma revista impressa sobre negritude?

9 respostas

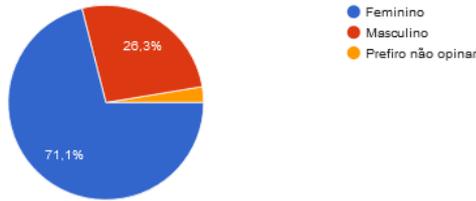


9.2.2 Questionário online

Qual é o seu gênero?

[Copiar](#)

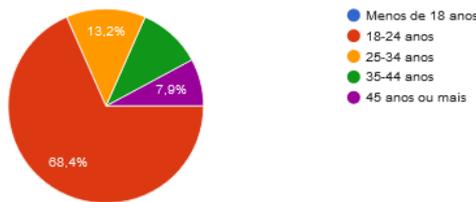
38 respostas



Qual é a sua faixa etária?

[Copiar](#)

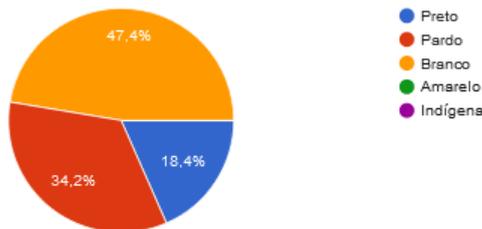
38 respostas



Por favor, selecione a opção que melhor descreve sua identidade racial:

[Copiar](#)

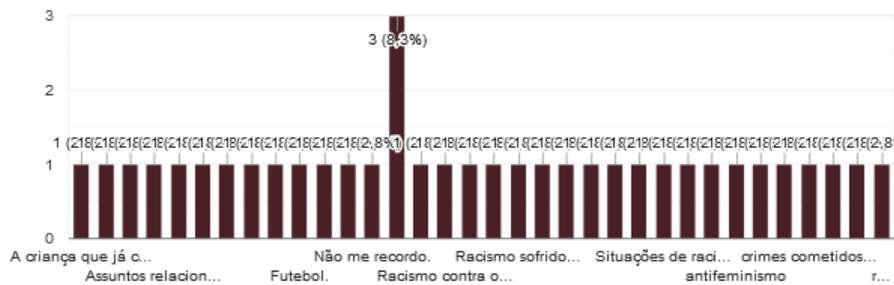
38 respostas



As últimas notícias/reportagens consumidas por você que envolviam pessoas negras, falavam sobre quais assuntos?

[Copiar](#)

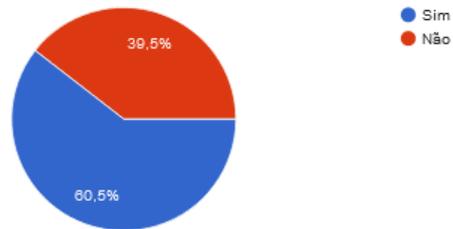
36 respostas



Você já ouviu falar sobre o termo "afroempreendedorismo" antes?

 Copiar

38 respostas



Na sua opinião, o que significa afroempreendedorismo?

37 respostas

empreendedorismo preto

empreendedorismo realizado por pessoas negras

Enfrentam muitas dificuldades para abrir e manter seus negócios.

Ñ sei

Moda, gastronomia, artesanato e cultura no geral se entrelaçam - em suas próprias essências - a uma ideologia com proposta de engajamento que reafirma a raiz africana. Outro fator interessante é que ele serve como canal para gerar discussões sobre assuntos de extrema relevância, como a inserção social, o racismo e o empoderamento.

Empreendedorismo feito por pessoas negras que envolvam, de certo modo, a cultura negra brasileira

Empreendedores negros

Empreendimento voltado ao público negro

O afroempreendedorismo é o movimento empreendedor feito por pessoas negras. O afroempreendedor também pode criar um negócio voltado apenas para um grupo exclusivo de pessoas, mas essa não é regra. Você acredita que o afroempreendedorismo é importante para promover a igualdade econômica e social? Por que?

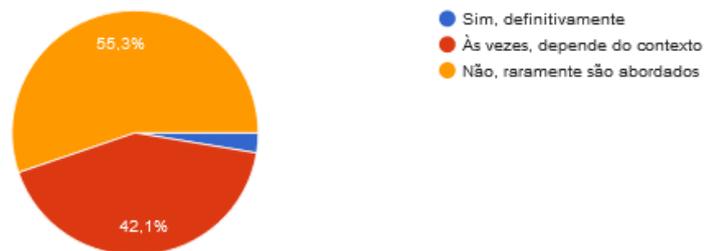
37 respostas

| |
|---|
| Sim |
| sim, porque é um segmento desvalorizado e esse movimento que fortalece o coletivo é de extrema importancia para buscar um pouco mais de igualdade |
| sim pq traz representatividade e constroi espacos de participacao a grupos minorizados |
| Sim, tem muita desigualdade |
| Sim é importante, Seria mas um movimento para ajuda na igualdade |
| Em tese sim porque é uma ferramenta de buscar também uma efetiva democracia racial. Contudo, é indispensável frisar que a busca da independência criativa, dentre outros fatores, não negligencia a luta pela relevância do negro no mercado de trabalho. |
| Sim, porque índices mostram que a maioria da população negra ocupa as classes econômicas mais baixas no Brasil. Incentivar e promover o afroempreendedorismo é uma forma de reparação histórica para que se mude a realidade de vida de muitas pessoas negras e que elas possam ter as mesmas oportunidades que |

Você acha que a mídia tradicional dá destaque suficiente aos empreendedores afrodescendentes e às histórias de sucesso relacionadas ao afroempreendedorismo?

 Copiar

38 respostas



Na sua opinião, quais são as oportunidades de negócios que podem ser exploradas pelos afroempreendedores?

34 respostas

| |
|---|
| tudo, eventos, gastronomia, viagens, ... |
| - |
| Ter oportunidades como todos. |
| Lojas virtual |
| Moda, gastronomia, artesanato e cultura no geral, pois são formas viáveis de valorizar a cultura negra no país. |
| Acredito que todas. Já que a mídia explora diversas oportunidades de negócios liderado e/ou feito por brancos. |
| Não acho que haja uma área específica em que se deva focar |
| Ramo alimentício. |

Caso haja um site sobre afroempreendedorismo, que tipo de informação você gostaria de ler?

35 respostas

| |
|--|
| destaques, histórias que fogem a norma/senso comum, entrevistas com os maiores sucessos |
| informacoes de sucesso, alcance de resultados etc. precisa ser um espaco de boa representatividade |
| Tudo que eu puder ler, para sempre aprender mais. |
| Sobre musicas, culinaria,religiao |
| Guia de indicações (gastronomia, moda, arte, etc), como forma de mapear esses empreendedorismos, e blog que contem histórias, trazendo um contexto mais humanizado dessas pessoas que trabalham diretamente em prol desse movimento. |
| Cases de sucesso, histórias de pessoas que criaram negócios relacionados a algum aspecto familiar, negócios familiares, como pessoas negras podem empreender, denunciar a falta de oportunidades para pessoas negras poderem empreender e a falta de espaço para as pessoas negras poderem mostrar o seu negócio |
| Um background da vida do empreendedor, como surgiu a ideia e os tipos de serviços prestados por ele |

Você acredita que a representatividade de empreendedores afrodescendentes na mídia influencia a forma como a sociedade os enxerga? Explique sua resposta.

36 respostas

Sim

com toda certeza, já dizia giddens que a mídia forma a sociedade

sim assim como todas as outras coisas. atualmente, imagem eh poder. ser visto eh ser lembrado, reconhecido. se a imagem construida na mídia nao for boa, consequentemente nao sera bem vista na sociedade

Sim, a sociedade é preconceituosa e a mídia ajuda.

Muito, é importante que pessoas afrodescendentes possam ocupar cargos de liderança e movimentem tendências.

Sim, porque vivemos em uma sociedade racista. Por muito tempo, a mídia mostrou somente pessoas brancas, pouco havia espaço para pessoas negras. As coisas começaram a mudar, mas não de forma satisfatória e sim de forma minúscula. A falta de representatividade exclui a maior parte da população brasileira que é composta por pardos e negros e exalta os brancos.

Você conhece algum exemplo de sucesso de afroempreendedorismo que tenha recebido destaque na mídia? Se sim, poderia citar um exemplo e explicar por que considera um caso de sucesso em termos de representatividade?

32 respostas

Não conheço

Não

Não.

Não

não me lembro agora

nao

Sim, Pelé grande jogador de futebol.

Sim, o caso do nigeriano Chidera Ifeanyi, dono do restaurante Simbaz, localizado na 412 Sul, reúne a culinária de 54 países do continente africano.

Pelé: simplesmente o rei do futebol. um jogador muito a frente do seu tempo em termos de habilidade. força

Na sua percepção, quais são as principais iniciativas ou políticas que podem apoiar o crescimento do afroempreendedorismo?

31 respostas

as que trazem a diversidade como valor importante

políticas e iniciativas de inclusão

Dizer não ao racismo.

Feiras e exposição, espaços que possam mobilizar as políticas em prol disso (movimentando a logística, também).

Acredito que políticas públicas governamentais

Criação de feiras, festivais etc que deem aos empreendedores a chance de divulgar seu trabalho. Além disso, no que diz respeito à mídia, programas que toquem nesse tema, mesmo que estes não tratem exclusivamente de afroempreendedores (como pequenas empresas grandes negócios e outros programas afins)

Promoção de conhecimento para os jovens sobre o tema.

Na sua opinião, o afroempreendedorismo feminino recebe a mesma atenção e suporte que o afroempreendedorismo masculino? Explique sua resposta.

34 respostas

não, recebe menos ainda. Já vimos que nas notícias negros aparecem muito envolvido com esportes, e nos esportes sabemos que os caminhos ainda estão sendo abertos aos poucos para os times femininos e eles ainda tem bem menos "mídia"

nao sei, mas sinto que nao p causa das bases da sociedade contemporanea

Não, as sociedade pensam que os homens merecem mais que as mulheres, não é verdade nós mulheres somos capazes.

Ñ

Sou indiferente.

Não sei dizer

Não. Na minha experiência vendo reportagens sobre afroempreendedores os únicos comércios comandados por mulheres divulgados eram salões de beleza (que, claro, não há nada de errado – mas o foco nos negócios das mulheres parece estar sempre em um nicho muito específico enquanto observo que homens

Na sua opinião, como a mídia pode ajudar a desconstruir estereótipos e preconceitos em relação aos empreendedores afrodescendentes?

31 respostas

| |
|---|
| mostrando coisas diferentes do que se é falado de forma geral, deslegitimizando o senso comum |
| veiculando notícias boas e conquistas |
| Não temos que dar importância aos preconceitos. |
| Mostrando os lados em que reforçam a história e a cultura como um todo. |
| Dando mais espaço para essas pessoas ocuparem |
| Dando espaço em seus programas para que eles falem sobre seus projetos e vivências na sua própria perspectiva – e não contada pelos olhos de outra pessoa |
| Apresentando notícias e resultados que os mesmos fazem pela sociedade. |
| Ainda existem muitos estereótipos na própria mídia, então primeiro deve haver essa desconstrução nos veículos. |

Na sua percepção, como a mídia pode contribuir para inspirar e motivar mais afrodescendentes a se tornarem empreendedores?

33 respostas

| |
|---|
| trazendo mais afrodescendentes pros espaços |
| mesma resposta da anterior. representatividade eh importante, ajuda as pessoas a se espelharem em bons exemplos |
| Comentar, falar mais sobre o assunto na televisão, na Internet. |
| S |
| Não contribuem |
| Divulgando os afroempreendedores já existentes, o que naturalmente abriria porta para outros seguirem o mesmo caminho |
| Fazendo divulgação de projetos sociais voltados ao público mencionado, assim como apoiar constantemente a criação. |
| Sendo mais representativos nessa questão, produzindo mais conteúdo sobre isso |

Na sua percepção, como a mídia pode contribuir para inspirar e motivar mais afrodescendentes a se tornarem empreendedores?

21 respostas

| |
|---|
| repetida |
| Divulgar |
| Mais divulgação |
| Encontrando espaços de empoderamento nos discursos e nas pautas. |
| Não contribuem |
| Tendo mais conteúdo e informação sobre, sendo espaço de representatividade e dando oportunidade |
| Dando exemplos que funcionaram, pessoas que conseguiram fugir do sistema, etc... |
| Fazendo alguma divulgação a respeito |
| mostrando histórias de sucesso, talvez |

Você tem alguma sugestão de ações ou medidas que a mídia poderia adotar para ampliar a visibilidade do afroempreendedorismo e promover uma narrativa mais inclusiva?

29 respostas

| |
|--|
| - |
| Dar mais oportunidades. |
| Nao sei dizer |
| Não |
| Sim, por exemplo, jornais podem pensar em contar histórias de empreendedorismo feito por pessoas negras e não só por pessoas brancas |
| Filmes sobre o tema, pois os que passam são repetitivos e irrelevantes para buscar conhecimento, servindo apenas para divertimento momentâneo. |
| Criar eventos sobre, divulgar a cultura de empresas que apoiam, realmente dar visibilidade. |
| Mais projetos |