

DIMENSÕES SIMBÓLICAS E ESTRATÉGICAS DA FORMAÇÃO AFROCENTRADA: UMA ANÁLISE TEXTUAL DE AFROEMPREENDEDORES DA ECONOMIA CRIATIVA

1 INTRODUÇÃO

O afroempreendedorismo tem se consolidado no Brasil como prática estratégica de resistência, geração de renda e afirmação identitária (Nascimento, 2018; Santos, 2019). Estima-se a existência de 15,6 milhões de empreendedores negros em atividade — cerca de 52% do total — movimentando aproximadamente R\$ 2 trilhões ao ano (Sebrae, 2022). Apesar desse protagonismo, persistem barreiras estruturais, como o acesso restrito a crédito, a baixa formalização e a fragilidade de redes de apoio, especialmente no caso das mulheres negras (Jesus, 2023).

Mais do que a busca por lucro, o afroempreender configura-se como prática político-identitária que valoriza a cultura afro-brasileira, o pertencimento étnico-racial e as redes de solidariedade (Boyd, 2012; Jones *et al.*, 2024). Evidências setoriais recentes indicam a criatividade negra como vetor de inovação cultural e mercadológica (PretaHub, 2022) e, em perspectiva latino-americana, mostram a integração entre identidade e ancestralidade como motores de transformação social e econômica (CAF, 2024).

A pergunta de pesquisa que orienta este estudo é: quais sentidos os(as) afroempreendedores(as) atribuem às oficinas de formação empreendedora afrocentrada e como essas experiências contribuem para o fortalecimento de suas trajetórias na economia criativa?

Identifica-se, nesse contexto, uma lacuna crítica: a oferta de formações empreendedoras sensíveis às realidades de empreendedores negros(as) permanece limitada; predominam metodologias universais, pouco articuladas às práticas culturais e territoriais. No cenário internacional, estudos recentes reforçam a relevância de iniciativas pedagógicas inclusivas que considerem diversidade e identidade (Collier; Chinta, 2025; Henry *et al.*, 2024; Ratkovic *et al.*, 2025), embora não abordem diretamente formações afrocentradas.

Diante disso, este estudo tem por objetivo analisar os sentidos atribuídos por empreendedores(as) negros(as) às oficinas de formação afrocentrada promovidas pela Formmer Afro em 2025, examinando de que modo tais experiências contribuem para a estruturação de negócios, o fortalecimento identitário e da autoestima, bem como para a valorização da ancestralidade, da criatividade e da espiritualidade na economia criativa. Adota-se abordagem qualitativa, com relatos reflexivos, observação participante e análise textual no software IRaMuTeQ®, a fim de interpretar sistematicamente as narrativas produzidas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O afroempreendedorismo no Brasil pode ser compreendido em duas chaves: *lato sensu*, como empreendimentos liderados por pessoas negras em quaisquer setores; e *stricto sensu*, como prática política e simbólica de enfrentamento ao racismo estrutural e de valorização da cultura afro-brasileira, orientada à reexistência coletiva (Santos, 2019; Nascimento, 2018; Jesus, 2023).

Essa perspectiva articula-se à economia criativa afrocentrada, na qual o capital cultural negro opera como vetor de inovação e transformação social. Nessa lógica, oralidade, ancestralidade e estética negra constituem bases de geração de valor e diferenciação competitiva (Boyd, 2012; Jones *et al.*, 2024). Evidências setoriais apontam a criatividade negra reposicionando práticas periféricas em circuitos de inovação (PretaHub, 2022) e, em escala latino-americana, identidade e ancestralidade emergem como motores de transformação social e de negócios (CAF, 2024).

No contexto brasileiro, experiências como Feira Preta, Movimento Black Money e Vale do Dendê ilustram a potência dessa articulação ao promover visibilidade, autonomia financeira e formação em economia criativa. Ancorado em perspectiva afrocentrada, o empreendedorismo

negro excede a mera inserção econômica, tensionando estruturas excludentes e impulsionando ecossistemas mais justos e diversos (Santos, 2019; Jesus, 2023).

2.2 Componentes e evidências da formação empreendedora afrocentrada

A formação afrocentrada integra cinco dimensões. Técnica: finanças, precificação, marketing e ferramentas digitais. Comportamental: comunicação, liderança e resolução de conflitos. Identitária: ancestralidade, história e pertencimento. Relacional: redes de apoio, mentoria e acesso a mercados. Pedagógica: metodologias participativas situadas no território. Em conjunto, produzem efeitos sinérgicos: técnica ancorada em identidade, redes que ampliam alcance e dispositivos participativos que tornam a aprendizagem mais significativa. Esses elementos favorecem trajetórias mais autônomas, enraizadas e socialmente orientadas (Alshebami, 2024; Dammert; Nansamba, 2023; Nascimento, 2018; Jesus, 2023; Henry *et al.*, 2024; Primo; Paiva, 2024).

As evidências empíricas indicam maior efetividade quando programas consideram marcadores identitários e contextos institucionais. A identidade racial afeta a viabilidade percebida. Diversidade com suporte fortalece identidade e intenção. Há heterogeneidades por gênero, origem e tipo de capacitação/formação. A autoeficácia medeia os resultados entre formação e criação de negócios. Revisões de longo prazo apontam lacunas de contextualização e endossam uma pedagogia afrocentrada, situada e relacional. Programas genéricos tendem a ser menos eficazes para públicos minorizados; este estudo dialoga com esse debate e propõe uma pedagogia ancorada na realidade negra brasileira (Collier; Chinta, 2025; Henry *et al.*, 2024; Ratkovic *et al.*, 2025; Deng; Wang, 2023; López-Muñoz *et al.*, 2023; Park; Park; Kwon, 2025).

3 METODOLOGIA

Este estudo qualitativo, de caráter descritivo-interpretativo, adota delineamento de estudo de caso (Yin, 2018), tendo como unidade de análise a experiência formativa da *Formmer Afro*, *startup* social alagoana de formação empreendedora afrocentrada. Objetiva-se compreender como oficinas realizadas em julho de 2025 (dias 12, 19 e 26) contribuíram para o desenvolvimento de competências técnicas, culturais e estratégicas de afroempreendedores(as). A abordagem qualitativa busca captar dimensões simbólicas e contextuais ligadas à ancestralidade e ao pertencimento étnico-racial (Jafarian, 2024). Participaram cinco afroempreendedores(as), selecionados por amostragem intencional segundo tipicidade (Gil, 2002).

As oficinas abordaram conexão cultural, criatividade, inovação e finanças para afronegócios. A coleta de dados combinou relatos reflexivos orientados por roteiro e observação participante com registros em caderno de campo. O corpus foi processado no IRaMuTeQ®, aplicando-se a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) (Camargo; Justo, 2013; Souza, 2021). Complementarmente, utilizaram-se testes do qui-quadrado (χ^2) e nuvem de palavras em diálogo com princípios de análise de conteúdo (Mayring, 2000). A robustez interpretativa foi assegurada por triangulação de fontes e procedimentos (relatos, observações e documentos institucionais), conforme recomendações para estudos de caso (Yin, 2018).

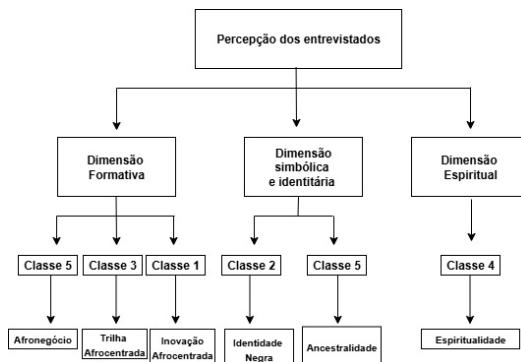
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil dos(as) participantes e estrutura lexical (CHD)

Participaram cinco afroempreendedores(as) residentes em bairros periféricos de Maceió/AL. Quatro eram homens e uma era mulher, autodeclarados pretos/pardos, com idades entre 30 e 45 anos. A escolaridade variou do superior incompleto ao doutorado. Três estavam formalizados como MEI e dois atuavam na informalidade. Isso evidencia desafios de formalização e de acesso a crédito no afroempreendedorismo (Sebrae, 2022) e a importância de considerar marcadores sociais para evitar a reprodução de desigualdades (Henry *et al.*, 2024). As atuações concentraram-se em artesanato, moda, saboaria, produtos naturais e cuidados com o bem-estar. São setores típicos da economia criativa, vinculados a saberes tradicionais. Nos relatos, a formação foi percebida como via de estruturação dos negócios e como espaço de reconhecimento identitário: “o nosso jeito de empreender também tem valor” (E02).

A Figura 1 apresenta a estrutura de classes gerada pela Classificação Hierárquica Descendente no IRaMuTeQ® (Camargo; Justo, 2013). A representação sintetiza os núcleos de sentido a partir da frequência e da coocorrência de termos (Camargo; Justo, 2013; Mayring, 2000). A análise revelou três dimensões que organizam os significados associados à participação nas oficinas: Formativa, Simbólica-Identitária e Espiritual.

Figura 1 – Estrutura hierárquica das classes geradas pela Classificação Hierárquica Descendente (CHD).



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa analisados no software IRaMuTeQ® (2025).

A Dimensão Formativa reuniu as Classes 5, 3 e 1. A Classe 5 (17,9% do corpus; 31 ST) destacou termos como “estruturação” ($f = 9$; $\chi^2 = 20,40$) e “negócio negro” ($f = 5$; $\chi^2 = 7,70$), indicando a passagem da intuição à organização estratégica: “*Eu tinha a ideia, mas precisava estruturar, colocar no papel*” (E04). A Classe 3 (15,4%; 27 ST) trouxe “formação” ($f = 8$; $\chi^2 = 24,50$) e “afronegocio” ($f = 7$; $\chi^2 = 18,20$), evidenciando a centralidade do aprendizado técnico aliado à identidade: “*Meu negócio é um afronegocio, tem minha história e minha cultura*” (E01). Já a Classe 1 (15,4%; 27 ST) ressaltou “inovação” ($f = 8$; $\chi^2 = 22,20$) e “referência negra” ($f = 5$; $\chi^2 = 5,90$), mostrando como os(as) participantes ressignificaram inovação a partir da ancestralidade: “*Inovar também é voltar pra minha raiz*” (E02). No conjunto, a dimensão formativa reforça que as oficinas integraram técnica, identidade e planejamento estratégico (Price; Bussey, 2024; Primo; Paiva, 2024).

A Dimensão Simbólica-Identitária concentrou as Classes 2 e 6. A Classe 2 (15,4%; 27 ST) foi marcada por “identidade” ($f = 7$; $\chi^2 = 11,40$) e “representatividade” ($f = 6$; $\chi^2 = 7,60$), revelando o empreendedorismo como prática política e de reconhecimento: “*Foi ali que eu me vi como referência*” (E04). A Classe 6 (20,5%; 35 ST) enfatizou “conexão” ($f = 10$; $\chi^2 = 22,20$) e “ancestralidade” ($f = 9$; $\chi^2 = 22,20$), mostrando que empreender é articular tradição, memória e oralidade: “*Minha avó vendia acarajé, hoje continuo esse caminho com meu toque. É ancestral*” (E05). Essa dimensão evidencia o afroempreender como narrativa contra-

evidencia ancestralidade, representatividade e território simbólico como eixos de reconhecimento; a terceira aponta rituais, fé e proteção simbólica como sustentação emocional. A nuvem de palavras corroborou essa arquitetura ao articular léxicos técnico-estratégicos (criar, projeto, formalizar, negócio) e identitário-espirituais (ancestralidade, cultura, identidade, espiritualidade, resistência), indicando o afroempreender como prática de existência e justiça epistêmica (Nascimento, 2018; Jesus, 2023).

Os resultados mostram que formações afrocentradas integram saberes técnicos, identitários e espirituais, operando como tecnologia social que conjuga capacitação, reconhecimento cultural e afetividade (Primo; Paiva, 2024; Branch, 2020). Há convergência com a literatura internacional sobre inclusão e diversidade em educação empreendedora — abordagens interseccionais e contextualizadas e efeitos positivos em públicos periféricos (Henry *et al.*, 2024; Ratkovic *et al.*, 2025; Dammert; Nansamba, 2023).

Para estudos futuros, podem ser desenvolvidos: avaliações longitudinais dos impactos das oficinas; análises de heterogeneidades por raça, gênero e território; comparações com outras metodologias no Sul Global; etnografias de espiritualidade e oralidade; e mapeamentos de ecossistemas de apoio ancorados em epistemologias negras e saberes tradicionais.

Em síntese, a formação afrocentrada — sustentada por escuta ativa, reconhecimento da ancestralidade e valorização da cultura negra — configura-se como estratégia eficaz de fortalecimento do afroempreendedorismo e de promoção de uma economia criativa mais plural e justa.

REFERÊNCIAS

- ALSHEBAMI, Ali Saleh. Catalysts of prosperity: how networking support and training programmes drive growth aspirations in Saudi Arabia's micro and small enterprises. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, v. 10, n. 3, e100347, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100347>.
- BOYD, R. L. The organization of an ethnic economy: urban black communities in the early twentieth century. *The Journal of Socio-Economics*, v. 41, n. 5, p. 633-641, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2012.05.017>.
- BRANCH, Andrée J. Promoting ethnic identity development while teaching subject matter content: a model of ethnic identity exploration in education. *Teaching and Teacher Education*, v. 87, p. 1-10, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tate.2019.102918>.
- CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. IRaMuTeQ: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013. DOI: <https://doi.org/10.9788/TP2013.2-16>.
- CAF – BANCO DE DESENVOLVIMENTO DA AMÉRICA LATINA E DO CARIBE. Empreendedorismo negro na América Latina. [S.l.]: CAF, 2024. Disponível em: <https://pretahub.com/wp-content/uploads/2025/07/RELATORIO-EM-PORTUGUES-compactado.pdf>. Acesso em: 29 agosto de 2025.
- COLLIER, Donovan; CHINTA, Ravi. Unveiling the power of race and education in shaping entrepreneurial dreams: an empirical study in Florida. *Administrative Sciences*, Basel, v. 15, n. 1, p. 27, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci15010027>.
- DAMMERT, Ana C.; NANSAMBA, Aisha. Skills training and business outcomes: experimental evidence from Liberia. *World Development*, v. 162, 106120, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.106120>.
- DENG, Wanli; WANG, Juan. The effect of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of different college students: gender, household registration, school type, and poverty status. *PLOS ONE*, v. 18, n. 7, e0288825, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0288825>.
- GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: *Atlas*, 2002.

HENRY, Colette et al. Exploring inclusivity in entrepreneurship education provision: a European study. *Journal of Business Venturing Insights*, v. 21, e00494, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2024.e00494>.

JAFARIAN, Sohaila. The value of qualitative research in diversity, equity, and inclusion. *Veterinary Clinics of North America: Small Animal Practice*, v. 54, n. 5, p. 797-811, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cvsm.2024.06.004>.

JESUS, Daiane Batista de. *Afroempreendedorismo: trajetórias de vida e negócios de pessoas negras no Brasil*. 2023. 260 f. Tese (Doutorado em Administração) — Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA), Salvador, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38666>. Acesso em: 30 ago. 2025.

JONES, Maggie E. C. et al. Black-friendly businesses in cities during the Civil Rights Era. *Journal of Urban Economics*, v. 141, 103640, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jue.2024.103640>.

LÓPEZ-MUÑOZ, José F. et al. Entrepreneurial education and opportunity entrepreneurship: the mediation of self-efficacy belief. *Economic Research – Ekonomiska Istraživanja*, v. 36, n. 1, p. 2922-2942, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2159472>.

MAYRING, Philipp. Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, v. 1, n. 2, art. 20, 2000. DOI: <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. *Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica*. In: SEMINÁRIO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – PGCS, 3., 2018, Vitória. *Anais...* Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 2018. p. 1-19. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/scs/article/view/21718>. Acesso em: 30 mar. 2025.

PARK, Cho Hyun; PARK, Sunyoung; KWON, Bora. Forty-five years of research on diversity, equity and inclusion in management. *Management Decision*, v. 63, n. 13, p. 66-95, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-11-2023-2181>.

PRETAHUB; AUÊ. Tendências Pretas: relatório oficial – versão reduzida. São Paulo: PretaHub; Auê, 2022. Disponível em: https://pretahub.com/wp-content/uploads/2023/11/Report_OFICIAL_-_Tendencias_Pretas_Versao_Reduzida_FREE_compressed.pdf. Acesso em: 29 ago. 2025.

PRICE, G. N.; BUSSEY, T. Can business clinics induce minority entrepreneurship? Treatment effect estimates from Atlanta and New Orleans. *Journal of Business Venturing Insights*, v. 21, e00448, 2024. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00448>.

PRIMO, Marcos André Mendes; PAIVA, Ely Laureano. Tech hub entrepreneurial training to low-income communities: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 203, p. 123401, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123401>.

RATKOVIC, Tamara; PAUNOVIC, Ivan; ŠLOGAR, Helena. The role of university entrepreneurship support and student diversity in student entrepreneurial intention: a social identity theory perspective. *PLOS ONE*, v. 20, n. 4, e0321651, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0321651>.

SANTOS, M.A. O lado negro do empreendedorismo: afroempreendedorismo e Black Money. Belo Horizonte: Letramento, 2019. 118p.

SEBRAE. Pesquisa do Sebrae Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil. Sebrae, Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%ADcias/PRSSKIT%2050%20ANOS.pdf>. Acesso em: 22 de abril de 2025.

SOUZA, Yuri Sá Oliveira. O uso do software IRaMuTeQ®: fundamentos de lexicometria para pesquisas qualitativas. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, Rio de Janeiro, v. 21, n. spe., p. 1541-1560, 2021. DOI: <https://doi.org/10.12957/epp.2021.64034>.

YIN, R. K. *Case study research and applications: design and methods*. 6. ed. Los Angeles: SAGE, 2018.