

QUANDO O MERCADO TEM COR E GÊNERO: afroempreendedorismo feminino em Alagoas a partir do olhar analítico do Monitor Global de Empreendedorismo (GEM)

Erica Bianco de Souza Queiroz (UFS), eriicabianco@gmail.com

RESUMO

A pesquisa analisa o afroempreendedorismo feminino no Brasil, com recorte em Alagoas, a partir de uma abordagem sociológica das dinâmicas de mercado, raça e gênero. Parte-se da compreensão de que o empreendedorismo, especialmente entre mulheres negras, não pode ser interpretado apenas como escolha individual ou iniciativa econômica, mas como fenômeno social atravessado por desigualdades estruturais. Para esse grupo, empreender frequentemente se apresenta como estratégia de sobrevivência, resistência e busca por autonomia diante da precarização do trabalho, do racismo estrutural e das desigualdades de gênero. O estudo adota uma abordagem quantiquantitativa, fundamentada em dados do Monitor Global de Empreendedorismo (GEM), da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Data Sebrae e de levantamentos da Secretaria de Estado da Mulher e dos Direitos Humanos (Semudh) de Alagoas. A análise articula os conceitos de interseccionalidade, afroempreendedorismo e mercado como construção social. Os resultados evidenciam que, embora a população negra represente a maioria dos empreendedores no país, persistem desigualdades significativas, especialmente para mulheres negras, que concentram maiores taxas de empreendedorismo por necessidade, menor acesso a crédito, escolaridade e setores de maior rentabilidade. O estudo aponta a limitação de indicadores universais para captar desigualdades locais e reforça a necessidade de políticas públicas específicas voltadas ao fortalecimento do afroempreendedorismo feminino.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo feminino; Mercado; Raça e gênero; GEM; Alagoas.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem ocupado lugar central nos discursos contemporâneos sobre desenvolvimento econômico, geração de renda e inclusão social. No Brasil, segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024), estima-se a existência de aproximadamente 42 milhões de empreendedores, posicionando o país entre os que apresentam maiores taxas de

atividade empreendedora no mundo. No entanto, a leitura desses dados exige cautela, sobretudo quando se considera que o empreendedorismo não se distribui de forma homogênea entre grupos sociais.

As taxas de empreendedorismo por necessidade são significativamente mais elevadas entre mulheres (48,9%) do que entre homens (41,1%), evidenciando que a inserção feminina no empreendedorismo ocorre, muitas vezes, em contextos de restrição de oportunidades no mercado formal de trabalho. Essa realidade se agrava quando se observa o recorte racial. Mulheres negras encontram-se na intersecção de múltiplas desigualdades, sendo historicamente mais afetadas pelo desemprego, informalidade e baixos rendimentos.

Nesse sentido, o presente estudo parte das seguintes questões problematizadoras: como o mercado se estrutura a partir de raça e gênero? De que forma o GEM captura ou silencia essas desigualdades? Quais são as especificidades do afroempreendedorismo feminino em Alagoas? Ao deslocar o olhar do empreendedorismo como escolha individual para compreendê-lo como fenômeno social, busca-se evidenciar os limites das métricas tradicionais na explicação das desigualdades estruturais.

O GEM define empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja formal ou informal. Embora essa definição seja ampla, ela tende a tratar os sujeitos empreendedores de maneira abstrata, desconsiderando marcadores sociais como raça, gênero e classe. Conforme argumenta Swedberg (2021), os fenômenos econômicos são profundamente sociais, pois estão inseridos em estruturas de poder, normas, valores e relações históricas.

O afroempreendedorismo emerge, nesse contexto, como prática econômica e política. Matos (2021) destaca que ele não se resume à presença de pessoas negras à frente de negócios, mas envolve um posicionamento consciente frente às desigualdades raciais, promovendo redes de solidariedade, circulação de renda e fortalecimento identitário. Iniciativas como o Movimento Black Money exemplificam essa lógica ao estimular o consumo dentro da comunidade negra como estratégia de enfrentamento das desigualdades econômicas.

Do ponto de vista da Sociologia Econômica, Fligstein e Dauter (2010) compreendem os mercados como arenas sociais reguladas por regras formais e informais, permeadas por disputas simbólicas e materiais. Assim, compreender o afroempreendedorismo feminino implica analisar como raça e gênero organizam o acesso a oportunidades, recursos e reconhecimento dentro desses mercados.

2 DESENVOLVIMENTO

Este estudo assume explicitamente uma perspectiva situada e contra-hegemônica, ao analisar o afroempreendedorismo feminino a partir do Nordeste brasileiro, com recorte empírico em Alagoas. Ao invés de reproduzir leituras universalizantes do empreendedorismo, frequentemente ancoradas em paradigmas eurocentrados e descoladas das realidades do Sul Global, a pesquisa parte das experiências e dos dados produzidos em territórios historicamente marcados pela desigualdade racial, de gênero e regional. Ao mobilizar dados locais e nacionais sob uma leitura sociológica, a pesquisa contribui para a construção de saberes produzidos desde o Sul, tensionando métricas globais e ampliando a compreensão das dinâmicas de mercado a partir das experiências de mulheres negras nordestinas.

O objetivo do trabalho é analisar o afroempreendedorismo feminino em Alagoas a partir dos dados do Monitor Global de Empreendedorismo (GEM 2024), considerando as interseções entre raça, gênero e território, de modo a evidenciar como as desigualdades estruturais e as políticas públicas de fomento impactam as motivações, condições e trajetórias empreendedoras no Nordeste brasileiro.

A pesquisa adota uma abordagem quantiquantitativa, combinando análise documental, levantamento de dados secundários e revisão bibliográfica. Foram analisados dados do relatório executivo do GEM (2024), da PNAD (2023), do Data Sebrae (2024) e da pesquisa da Secretaria de Estado da Mulher e dos Direitos Humanos de Alagoas (Semudh, 2024).

Além de referências teóricas sobre empreendedorismo, mercado de trabalho e interseccionalidade (Matos, 2021; Lemos, 2019; Crenshaw, 1989; Akotirene, 2019; Swedberg, 2021; Fligstein & Dauter, 2010). Almeida (2009). A escolha por essas bases justifica-se por sua relevância na produção de indicadores sobre empreendedorismo, mercado de trabalho e desigualdades sociais. Entretanto, reconhece-se que tais bases apresentam limites analíticos, especialmente no que se refere à captação das experiências de mulheres negras empreendedoras em contextos locais. Neste estudo, as categorias utilizadas foram empreendedorismo, gênero feminino e raça negra.

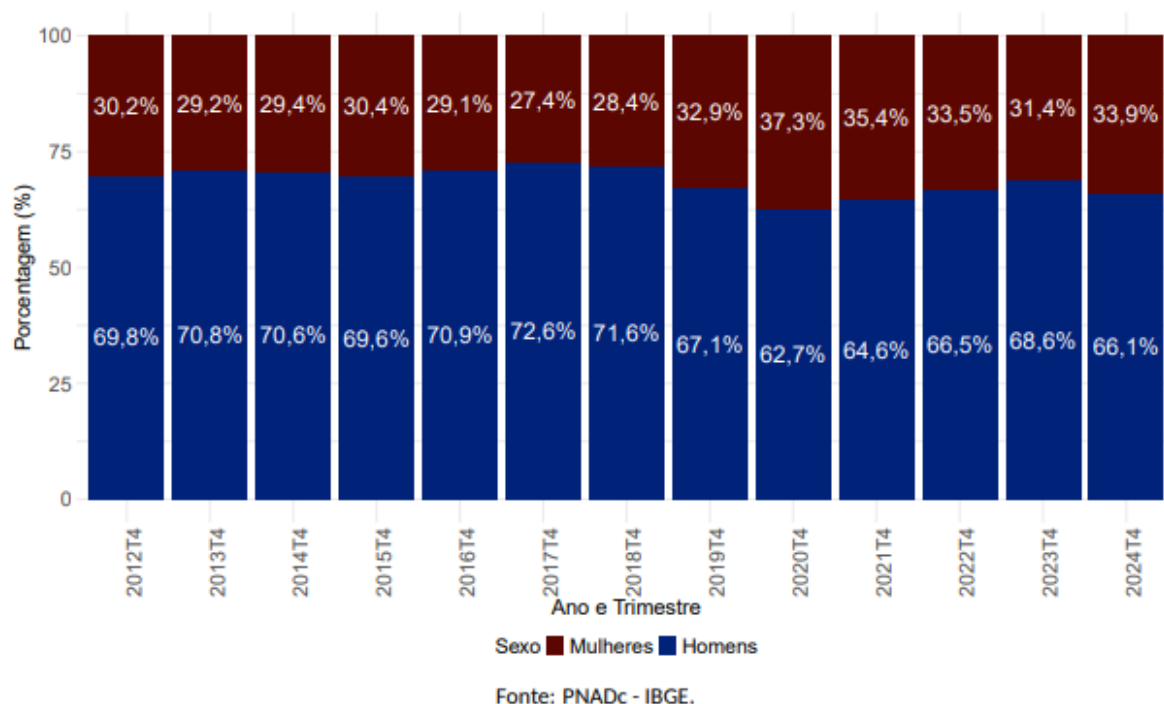
A análise foi orientada por categorias analíticas previamente definidas, a saber: empreendedorismo, mercado, raça e gênero. Conforme Almeida (2009), a pesquisa documental permite apreender os dados à luz de referenciais teóricos, possibilitando interpretações críticas

para além da descrição estatística. O diálogo com autores da Sociologia Econômica e dos estudos de raça e gênero permitiu tensionar os dados empíricos, evidenciando contradições e silenciamentos presentes nos indicadores.

3 PRINCIPAIS RESULTADOS E DISCUSSÃO

O empreendedorismo negro no Brasil reflete desigualdades estruturais que afetam especialmente as mulheres negras. De acordo com o Relatório GEM (2024) e o DATASEBRAE (2024), são mais de 16 milhões de negros empreendedores, homens negros representam 67,8% dos empreendedores negros, enquanto as mulheres negras correspondem a 32,60%. Além disso, a proporção de donos de negócios também é desigual: 18,6% dos brancos possuem negócios próprios, contra 16% dos negros. Em Alagoas, mais de 60% dos donos de negócios são homens.

Figura 1: Negros donos de negócios por sexo, por trimestre, Alagoas.



Fonte: DataSebrae, 2024.

Os setores de atuação variam conforme gênero e cor. A população preta se concentra mais na parte de comércio (29,7%), seguido de alimentação (18,1%). Quando se trata de gênero, as mulheres se concentram mais no segmento de comércio (31,3%) seguido por alimentação (21,9%) e os homens, comércio (22,9%) e construção (11,6%). A motivação para empreender

revela diferenças significativas quando analisada a partir do recorte racial e da comparação entre os dados do GEM 2023 e 2024. Em 2023, a população branca apresentava maior taxa de empreendedorismo por oportunidade (62,9%) em relação à população preta (56,8%). Em contrapartida, o empreendedorismo por necessidade era mais elevado entre a população preta (40,6%) do que entre a branca (34,3%), evidenciando a persistência de desigualdades raciais no acesso a oportunidades econômicas.

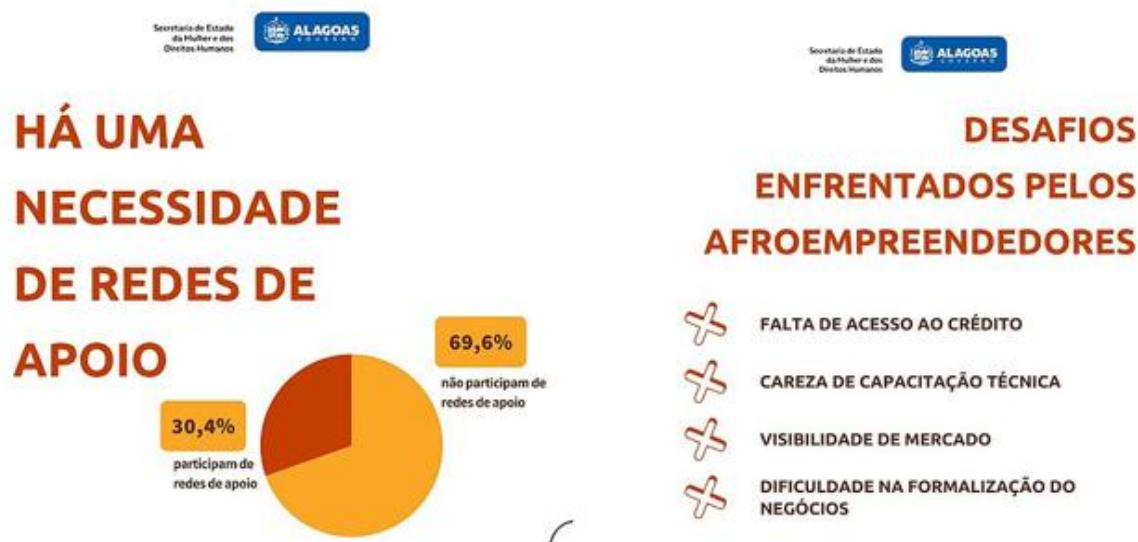
No entanto, os dados de 2024 indicam uma inflexão relevante nesse padrão. A população preta passa a apresentar maior proporção de empreendedorismo por oportunidade (55%) em comparação à população branca (49,1%), além de menor taxa de empreendedorismo por necessidade (43,6% contra 47,5%). Essa mudança não deve ser interpretada como deslocamento ou prejuízo de um grupo em relação ao outro, uma vez que o empreendedorismo não opera em uma lógica de soma zero, na qual o avanço de um grupo implicaria necessariamente a perda de outro.

Ao contrário, os dados sugerem transformações simultâneas, porém distintas, nas condições de inserção econômica desses grupos. No caso da população preta, é possível inferir que políticas públicas de fomento ao empreendedorismo negro, iniciativas de acesso ao crédito, programas de capacitação e o fortalecimento de redes de afroempreendedorismo têm contribuído para ampliar as oportunidades e reduzir, ainda que parcialmente, o empreendedorismo motivado exclusivamente pela necessidade.

Por outro lado, o aumento do empreendedorismo por necessidade entre a população branca pode estar associado a fatores estruturais mais amplos, como a precarização do mercado de trabalho, a informalização crescente das relações laborais e a instabilidade econômica recente. Esses processos afetam diferentes grupos sociais de maneira desigual, mas não exclusiva, indicando que o avanço do empreendedorismo por necessidade não decorre da competição entre grupos raciais, e sim de transformações estruturais no mundo do trabalho.

Esses dados demonstram que, apesar do crescimento do afroempreendedorismo, ainda existem barreiras significativas que dificultam a ascensão das mulheres negras nesse setor. A menor escolaridade, a predominância do empreendedorismo por necessidade e a concentração em setores com menor rentabilidade reforçam a necessidade de políticas públicas que ampliem o acesso ao crédito e à capacitação profissional para afroempreendedoras.

Figura 4: Rede de apoio e desafios de empreendedores negros



Fonte: Secretaria de Estado da Mulher e dos Direitos Humanos (2024)

Os dados da Secretaria de Estado da Mulher e dos Direitos Humanos de Alagoas (Semudh) revelam que 69,6% dos afroempreendedores não participam de redes de apoio, enquanto apenas 30,4% estão inseridos em algum tipo de articulação coletiva. Sociologicamente, esse dado não pode ser interpretado como ausência de iniciativa individual, mas como expressão de desigualdades estruturais no acesso ao capital social e institucional.

Bourdieu (1986) define o capital social como o conjunto de recursos vinculados à posse de uma rede durável de relações de reconhecimento mútuo. No campo econômico, essas redes operam como mecanismos fundamentais de acesso à informação, crédito, reconhecimento simbólico e oportunidades de mercado. A exclusão de grande parte dos afroempreendedores dessas redes evidencia que o mercado não funciona como arena neutra, mas como espaço social estruturado por relações de poder.

Essa leitura dialoga diretamente com a Sociologia Econômica. Para Fligstein e Dauter (2010), os mercados são campos sociais organizados por regras formais e informais, nos quais

os atores disputam posições a partir de recursos desigualmente distribuídos. Assim, a baixa participação de afroempreendedores em redes de apoio indica que esses sujeitos operam em posições periféricas do mercado, com menor capacidade de influenciar regras, acessar financiamento ou ampliar seus negócios.

No caso das mulheres negras, essa exclusão é intensificada pela interseção entre raça e gênero. Conforme argumenta Crenshaw (1989), a interseccionalidade revela que as opressões não atuam de forma isolada, mas se sobrepõem, produzindo experiências específicas de desigualdade. Akotirene (2019) reforça que mulheres negras ocupam uma posição estrutural de vulnerabilidade que se reflete tanto no mercado de trabalho formal quanto no empreendedorismo.

Os desafios apontados pela Semudh, como falta de acesso ao crédito, carência de capacitação técnica, baixa visibilidade de mercado e dificuldade de formalização dos negócios, não devem ser compreendidos de forma fragmentada. Esses elementos compõem um ciclo de exclusão econômica que limita a sustentabilidade e o crescimento dos empreendimentos liderados por pessoas negras, especialmente mulheres. A ausência de redes de apoio reforça esse ciclo, uma vez que o acesso ao crédito e à capacitação depende, em grande medida, de mediações institucionais e relacionais.

Swedberg (2021) destaca que os fenômenos econômicos são profundamente enraizados em relações sociais, normas e valores. Sob essa perspectiva, a dificuldade de formalização não pode ser reduzida a um problema técnico ou burocrático. A formalização exige capital econômico, letramento institucional e estabilidade financeira, recursos historicamente negados à população negra. Como argumenta Matos (2021), para muitos afroempreendedores, a informalidade não representa escolha, mas estratégia de sobrevivência diante de um mercado excludente e de um Estado que atua mais como regulador do que como garantidor de equidade.

Além disso, a baixa visibilidade de mercado enfrentada pelos afroempreendedores revela a dimensão simbólica da desigualdade. Bourdieu (2001) aponta que o reconhecimento social é um recurso fundamental na reprodução das hierarquias. Negócios liderados por mulheres negras tendem a ser associados a setores desvalorizados economicamente, como cuidados, estética e comércio de pequena escala, o que limita sua legitimação e expansão no mercado.

O contexto territorial de Alagoas intensifica essas desigualdades. Mercados periféricos, caracterizados por menor dinamismo econômico e alta informalidade, tendem a reproduzir de forma mais intensa as hierarquias raciais e de gênero. Conforme destaca Fligstein (2001), a capacidade de um mercado promover inclusão depende das instituições que o sustentam. Na ausência de políticas públicas consistentes e de redes de apoio estruturadas, o mercado opera como mecanismo de reprodução da exclusão social.

Nesse sentido, os dados da Semudh tensionam as leituras baseadas exclusivamente em indicadores quantitativos, como os do GEM. Enquanto o GEM mede taxas de atividade empreendedora, os dados locais evidenciam as condições sociais de existência desses empreendimentos. Essa lacuna analítica reforça a crítica à universalização das métricas de empreendedorismo, que tendem a invisibilizar desigualdades raciais, de gênero e territoriais.

Assim, a análise sociológica dos dados da Semudh permite compreender que o afroempreendedorismo feminino em Alagoas não pode ser interpretado apenas como fenômeno econômico, mas como expressão de disputas por reconhecimento, acesso a recursos e justiça social. O mercado, longe de ser neutro, revela-se como espaço racializado e generificado, no qual redes de apoio, crédito e visibilidade operam como dispositivos centrais de inclusão ou exclusão.

Os dados mais recentes sobre empreendedorismo feminino em Alagoas mostram um forte crescimento no número de negócios comandados por mulheres, com 96.787 empresas registradas com liderança feminina, um aumento de cerca de 16% em relação ao ano anterior, segundo a Junta Comercial do Estado de Alagoas (Juceal) e levantamento realizado com apoio do Sebrae Alagoas. Esse avanço expressivo reflete uma tendência mais ampla de maior participação feminina na economia local e nacional, alinhada ao aumento de 33% no número de mulheres empreendedoras no Brasil na última década. Ainda assim, a taxa de empreendedorismo feminino em Alagoas (8,1%) permanece abaixo da média nacional e da média regional do Nordeste, o que evidencia que o simples crescimento numérico não garante a superação das barreiras estruturais que historicamente atravessam gênero e território.

Esse crescimento quantitativo acompanhado de persistentes desigualdades, pode ser interpretado à luz de Bourdieu (1986), que enfatiza a importância do capital social e simbólico no acesso aos mercados, e de Fligstein e Dauter (2010), para quem os mercados são arenas sociais estruturadas por regras e hierarquias. Os dados apresentam que, mesmo com maior

escolaridade, mulheres empreendedoras em Alagoas ainda possuem renda 24% menor do que seus pares homens, além da sobrecarga do “trabalho invisível”, que seriam as tarefas domésticas e de cuidado, que restringem sua capacidade de dedicar-se integralmente ao negócio e ao investimento em seu crescimento.

A prevalência de mulheres em setores como Serviços (56,8%) e Comércio (25,1%) reforça a ideia de que, apesar do protagonismo crescente, as mulheres continuam concentradas em segmentos tradicionalmente desvalorizados economicamente e com menor potencial de acumulação de capital e expansão de mercado. Esta concentração setorial pode ser lida como expressão de desigualdades interseccionais, nas quais gênero e raça se articulam para delimitar oportunidades de inserção econômica, condicionando trajetórias empreendedoras à esfera da reprodução social mais do que à da transformação estrutural (Crenshaw, 1989; Akotirene, 2019). O relato do Sebrae Alagoas aponta ainda que, apesar de progressos em escolaridade e participação, obstáculos como o acesso ao crédito, redes de capacitação e a divisão desigual das responsabilidades domésticas permanecem como fatores limitantes para a consolidação de negócios sustentáveis e competitivos.

Essa realidade local dialoga com os achados da análise dos dados da Semudh e do GEM: enquanto os indicadores apontam atividades empreendedoras em crescimento, eles não capturam suficientemente as condições sociais que moldam essas atividades nem as assimetrias profundas que afetam seu potencial de desenvolvimento. Uma leitura sociológica incorpora, pois, não apenas os números crescentes, mas as relações sociais que esses números revelam e ocultam, indicando a necessidade de políticas públicas e de redes de apoio que enfrentem diretamente as desigualdades estruturais que atravessam a experiência empreendedora feminina, em especial no recorte racial e territorial em Alagoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do empreendedorismo feminino em Alagoas, articulada aos dados do Monitor Global de Empreendedorismo (GEM, 2024), evidencia que o crescimento da participação das mulheres no empreendedorismo não implica, necessariamente, redução das desigualdades estruturais que atravessam raça, gênero e classe. Ao contrário, os dados indicam que o empreendedorismo tem operado, em muitos casos, como estratégia de sobrevivência diante da

precarização do trabalho, especialmente para mulheres negras inseridas em mercados periféricos e socialmente desiguais.

Os resultados do GEM 2024 demonstram que as mulheres apresentam taxas mais elevadas de empreendedorismo por necessidade quando comparadas aos homens, realidade que se intensifica no recorte racial. Mulheres negras concentram maiores índices de informalidade, menor acesso ao crédito, menor inserção em setores de maior rentabilidade e maiores dificuldades de consolidação dos negócios. Esses dados corroboram a compreensão de que o mercado não se organiza de forma neutra, mas reproduz hierarquias sociais historicamente construídas.

No contexto específico de Alagoas, os dados locais reforçam esse cenário. Embora se observe crescimento no número de empreendimentos liderados por mulheres, estes se concentram majoritariamente em setores como comércio e serviços, áreas marcadas por baixa proteção social e menor potencial de acumulação econômica. Para as mulheres negras, esse processo é ainda mais restritivo, uma vez que raça e gênero operam conjuntamente na delimitação das oportunidades de inserção econômica, conforme apontam os estudos interseccionais.

A leitura sociológica dos dados permite tensionar a narrativa dominante que associa empreendedorismo à autonomia e ao empoderamento individual. Conforme evidenciado ao longo do estudo, empreender, para muitas mulheres negras, não representa escolha livre ou inovação, mas resposta às barreiras impostas pelo mercado de trabalho formal, pelo racismo estrutural e pela divisão sexual do trabalho. Nesse sentido, o empreendedorismo feminino em Alagoas deve ser compreendido como fenômeno social situado, atravessado por relações de poder e desigualdades persistentes.

Além disso, a análise evidencia os limites das métricas universais de empreendedorismo, como as utilizadas pelo GEM, para captar as especificidades territoriais e interseccionais. Embora fundamentais para dimensionar a atividade empreendedora, esses indicadores tendem a invisibilizar as condições sociais de existência dos empreendimentos, como o acesso desigual a redes de apoio, capital social e reconhecimento simbólico. Os dados locais da Semudh e de instituições estaduais mostram que a ausência de redes, crédito e capacitação técnica constitui um obstáculo central à sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres negras.

Diante desse cenário, o estudo aponta para a necessidade de políticas públicas que ultrapassem a lógica genérica de incentivo ao empreendedorismo e incorporem recortes de raça, gênero e território. Programas de acesso ao crédito, capacitação técnica, fortalecimento de redes de apoio e reconhecimento institucional do afroempreendedorismo feminino são fundamentais para romper os ciclos de exclusão econômica observados. Mais do que estimular a abertura de novos negócios, trata-se de criar condições estruturais para que esses empreendimentos possam se manter, crescer e disputar posições no mercado.

Por fim, é necessário deslocar o empreendedorismo feminino do campo das narrativas individualizantes para uma análise estrutural e crítica. Compreender o empreendedorismo feminino em Alagoas a partir dos dados do GEM 2024 permite evidenciar que raça e gênero são elementos constitutivos das dinâmicas de mercado, reafirmando que o desenvolvimento econômico só pode ser pensado de forma efetiva quando articulado à justiça social e à equidade.

REFERÊNCIAS

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo, SP: Sueli Carneiro; Pólen, 2019. 152 p. ISBN 978-85-98349-69-5.

BOURDIEU, Pierre. **As formas de capital**. In: CATANI, Afrânio et al. (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 65–69.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CRENSHAW, Kimberlé. **Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics**. *The University of Chicago Legal Forum*, n. 140, 1989, pp.139-167.

DATA SEBRAE. **Empreendedorismo negro 2024**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empreendedorismo-negro/>. Acesso em: 3 mar. 2025.

FLIGSTEIN, Neil; DAUTER, Luke. **A sociologia dos mercados**. *Caderno CRH*, Salvador, v. 23, n. 58, p. 93-126, jan./abr. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/hBS6YwFvLp9XGLfyst7jMxJ/?lang=pt>. Acesso em: 2 mar. 2025.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM): **Empreendedorismo no Brasil 2023**. ANEGEPE; SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp->

[content/uploads/2024/09/Livro-BR-2023-2024-vF-Web-comprimido-1.pdf](#). Acesso em: 03 mar. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PNAD Contínua Trimestral**: empreendedorismo por raça/cor no Brasil. 4º trimestre de 2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/08/2024-07-31-relatorio_empreendedorismo_raca_cor_202304.pdf. Acesso em: 3 mar. 2025.

LEMONS, Lindrielli Rocha. **O afroempreendedorismo**: saber tradicional, empoderamento e contribuição à indústria criativa. *Revista Extraprensa*, São Paulo, Brasil, v. 12, p. 861–879, 2019. DOI: 10.11606/extraprensa2019.153975. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/153975>. Acesso em: 2 mar. 2025.

MATOS, Suelen Karini Almeida de. **Afroempreendedorismo feminino**: reflexões sobre gênero e raça no Brasil. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 12., 2021, Florianópolis. *Anais Eletrônicos*. Florianópolis: UFSC, 2021. ISSN 2179-510X. Disponível em: https://www.fg2021.eventos.dype.com.br/resources/anais/8/fg2020/1613669587_ARQUIVO_0b724f52900d57cd0e6dd96e1f03602f.pdf. Acesso em: 21 set. 2024.

PEREIRA DA SILVA, M.; NASCIMENTO DOS SANTOS, A. K.; REGO SILVA, F.; DE LIMA MENEZES, F. V.; GUIMARÃES LINDOSO, V. H. **Do crespo ao cacheado**: identidade, consumo e afetividade no mercado para cabelos naturais em são luís-ma. *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, v. 13, n. 1, p. 49 - 68, 11 out. 2020.

ROCHA, Halitane. **Maioria das mulheres empreendedoras são mães negras que iniciaram seus negócios por necessidade, revela pesquisa**. *Mundo Negro*, São Paulo, 11 maio 2024. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/carreira-negocios/maioria-das-mulheres-empreendedoras-sao-maes-negras-que-iniciaram-seus-negocios-por-necessidade-revela-pesquisa/>. Acesso em: 21 set. 2024.

SEBRAE. **Afroempreendedorismo feminino**. Sebrae, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/afroempreendedorismo-feminino,2a4ca0b694b05810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 3 mar. 2025.

SELLIS, Lillian Aparecida Vieira. **Escurecendo sobre o afroempreendedorismo e black money no Triângulo Mineiro**. 2023. 19 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2023.
SOJOURNER, Truth. **The Sojourner Truth project**. Why is there more than one version of Sojourner Truth’s famous 1851, “Ain’t I a Woman” speech? Disponível em: <https://www.thesojournertruthproject.com/>. Acesso em: 3 mar. 2025.

SWEDBERG, Richard. **The task of sociology today: the role of theory.** *Sociologia & Antropologia*, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 10-30, jul. 2024. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/262876/mod_resource/content/3/Swedberg%20-%20v16n2a01.pdf. Acesso em: 21 set. 2024.

TNH1. **Maioria dos afroempreendedores em Maceió é mulher; 41% estão na informalidade**, segundo levantamento da SEMUDH em 2024. *TNH1*, Maceió, 10 set. 2024. Disponível em: <https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/maioria-dos-afroempreendedores-em-maceio-e-mulher-41-estao-na-informalidade/>. Acesso em: 21 set. 2024.