

# AFROEMPREENDEDORISMO EM UMA LOJA COLABORATIVA, QUILOMBISMO E SENTIDOS DE ECONOMIA<sup>1</sup>

Juliana Silva Chagas (UnB/Distrito Federal)

Palavras-chave: afroempreendedorismo; quilombismo; práticas econômicas.

Esse texto nasce de reflexões feitas após a pesquisa de mestrado, na qual analisei as relações envolvidas nos processos de subjetivação da pessoa negra desde um olhar sobre a moda afro na cidade de Fortaleza/CE. Partindo de uma rede de afroempreendedoras que reúnem suas produções de indumentárias (peças de roupas, como camisas, batas, vestidos, calças, etc.) e acessórios (bolsas, brincos, calçados, turbantes, etc.) afro elaborados por elas de maneira autoral na loja CearAfro e também nas plataformas digitais, como *Instagram* e *Facebook* dessa loja, acompanhei como a afirmação da identidade negra perpassa noções de colaboração e de autoria, tanto no âmbito econômico, como nos âmbitos político e social, resultando na noção de afroempreendedorismo, engendrada pelas produtoras da moda afro nesse recorte espacial.

Em contato com as trajetórias de quatro afroempreendedoras: Patrícia Bittencourt, Yasmin Djalo, Lita Stephany e Aliciane Barros, as quais se tornaram interlocutoras na minha pesquisa, cheguei à compreensão do termo afroempreendedora, uma categoria êmica, que compreende e veicula todo um conjunto de ações de constituição de um espaço central no mercado de produção de moda autoral, e que se opõe à certa categorização como um fazer menor historicamente relegado à mulher periférica negra que se propusesse a atuar no ramo do comércio.

Assim, me foi recorrente que as interlocutoras nos seus relatos tenham se afirmado enquanto afroempreendedoras, porque autoras de um fazer que lhes garantia autonomia financeira, protagonismo econômico, reconhecimento identitário e estabelecimento de um espaço de consumo de moda centrada nos gostos e nos signos das pessoas negras que se encontram em relação nesses espaços físicos e virtuais. Desse modo, o termo afro é utilizado para referenciar a produção de peças que partem de processos criativos e de subjetivação das afroempreendedoras, em conjunto à

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022.

valorização, por exemplo, de estampas coloridas, geométricas, recortadas, e/ou confeccionadas em tecidos trazidos de vários países africanos, como Cabo Verde, Guiné-Bissau, Benin, Senegal, para citar os principais.

Tais tecidos – principal matéria-prima das mercadorias comercializadas na loja CearAfro – são quase que na sua totalidade trazidos por pessoas negras africanas habitantes desses países, a maioria estabelecidas em Fortaleza ou em Redenção (dois municípios cearenses, sendo o primeiro a capital do estado, e o segundo distante cerca de 70 km deste), radicadas permanentemente ou temporariamente com o intuito de cursar a graduação ou a pós-graduação em regime de colaboração internacional, especialmente na Universidade Federal do Ceará (UFC) e na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB).

Patrícia Bittencourt, produtora cearense da marca Preta bitten, que produz camisetas com rostos de mulheres negras pintadas à mão com a técnica do stêncil, elucida que para ela ser vista como afroempreendedora consagra a positividade do seu fazer, o qual proporciona sua autonomia econômica, ao tempo em que aponta que “quando brancos produzem camisas é considerado empreendedor, quando preto e pobre faz é tido como artesanato” (trecho retirado de entrevista realizada em setembro/2019). Segundo Aliciane, proprietária, produtora, gerente e vendedora na loja CearAfro e uma das organizadoras da Feira Negra<sup>2</sup>, por sua vez, “desde que se lembra”, ou seja, desde a infância, esteve inserida no ramo do comércio familiar de bolsas e sapatos e no segmento de venda de comida, mas se descobriu na produção de moda afro, unindo aquilo que sabia a aquilo que gostava de fazer.

Lita Stephany, por sua vez, é uma afroempreendedora guineense que produz indumentárias e turbantes afro com tecidos africanos importados a partir de sua família em Guiné-Bissau, e nas suas falas costuma remeter a produção de moda afro ao poder de visibilizar sua cultura africana e guineense aos cearenses, nutrindo um espaço de trocas entre saberes aprendidos na sua terra natal, como costurar e escolher bons tecidos, e no seu local de moradia atual, como negociar, vender e promover sua loja ao

---

<sup>2</sup> Esta se realizava semanalmente, às sextas-feiras, na Praça da Gentilândia, no bairro Benfica, um bairro central da cidade em que circulam muitos universitários advindos das faculdades e universidades que se localizam no seu entorno. A Feira Negra de Fortaleza, embora não tenha acontecido de maneira convencional no ano de 2020, é composta por cerca de vinte produtores negros, que expunham seus produtos em barracas, havendo também a presença de atrações musicais negras, bem como apresentação de grupos culturais, como de capoeira e de coco. Entre os produtos comercializados estavam roupas em geral, bolsas, mochilas, pochetes, brincos, colares, turbantes, quadros decorativos, bonecas de pano, zines, bem como comidas, como acarajé tradicional e vegano (isto é, sem proteína animal nem derivados), pratinho, bolos e salgados. (SILVA CHAGAS, 2021, p. 25).

seu público. Portanto, o debate em torno da assunção do termo empreendedorismo (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009) (WEBER, 2000) pelas produtoras negras a que me referi acima foi um ponto central para traduzir a utilização de uma categoria exógena, ressignificada pelas afroempreendedoras, colocada desde uma perspectiva negra/afro, com a composição de uma nova categoria, escrita sob a forma do afroempreendedorismo, revelando, assim, relações de negritude (processos de subjetivação) e dinâmicas micropolíticas, inseridas na contemporaneidade.

A CearAfro, situada no Centro, bairro predominantemente comercial da cidade, é a única loja colaborativa de moda afro da capital cearense e reúne a produção das afroempreendedoras, bem como se institui como um espaço de afirmação das subjetividades negras, reveladas por meio da variedade de mercadorias ali produzidas, as quais mantêm um vínculo contínuo entre a produtora e seu produto.

Em novembro de 2018 a loja CearAfro foi inaugurada congregando produção de moda afro de vinte empreendedoras/es, são elas/es: Ary'art com tecido, por Ariadne Oliveira; Afrore, por Yasmin Djalo; RModa Africana, por Lita Stéphanie, PetraBitten, por Patrícia Bittencourt; Timbaúba, por Nenzinha Ferreira; Jorge Dias; Bonecas para brincar, por Preta Pretinha; Menina Nega bijuterias, por Maria Helena; Auô Àsé biojoias, por Monique Barreto; Camisaria Nordestina, por Jailson Carvalho; Afrikaleste moda praia, por Ligya Meneñilo; Afrozu; Virgínia Ramos bonequeira; Camisas com xilogravuras, por Nonato Araújo; Turbantes prontos, por Fátima Lima; Brincos Afro em mdf, por Nigra Brincos; Batas africanas em viscose, por Papa e Bariq Rick; Estandartes em motivos africanos, faixas de cabelo e turbantes Xica Pilica, por Neide Rodrigues; Metalmorphose candelabros e incensários, por Caetano Barros; Bonecas artesanais, por Nega Bonina; Biojóias afroamazonikas, por Amanda Maô Artes, tendo Aliciane e Patrícia como sócias no negócio.” (SILVA CHAGAS, 2021, p. 70)

**Figura 1** - Vista frontal da loja CearAfro



Fonte: *Instagram @CearAfro*, 2019.

Assim, saliento a produção da moda afro de modo semelhante ao que dispõe Carneiro da Cunha (2009) a respeito do uso de citações culturais, como meio de estipular traços diacríticos próprios a determinados grupos, como forma de reiterar afirmativamente e traduzir a grupos exógenos seus modos de existência, bem como promover pontes entre pares. Assim também, percebo que tal categoria pode ser entendida como uma indigenização da diferença, de acordo com o proposto por Sahlins (1997) sobre a ressignificação de socialidades tidas como marginalizadas e subalternizadas introduzidas no seio do capitalismo tardio, em que se produzem respostas singulares e plurais em direções diferentes que contrastam com a produzida por esse modelo de produção. Na loja CearAfro, embora situada em um contexto capitalista neoliberal, percebi que as relações que se estabelecem entre Aliciane, proprietária, gerente e vendedora da loja, e as demais afroempreendedoras são permeadas por relações de aliança e compromisso coletivo, em que não há relação de hierarquia ou de prioridade de vendas entre peças de menor ou de maior preço, havendo uma horizontalização dos valores das peças. Opera, ainda, uma prática promovida por Aliciane de sempre ser preferível efetuar a venda, oferecendo descontos aos clientes – descontos estes que por vezes reduzem sensivelmente o valor de lucro que incide sobre a peça, mas que concomitantemente podem gerar a fidelização do cliente por conta do atendimento personalizado que recebe e do estabelecimento de uma relação de aliança ou de dádiva –, ou buscando remediar possíveis situações que levariam à desistência da/do cliente em adquirir tal peça, figurando, ainda, como mediadora entre a/o cliente e a produtora, mesmo que ao tratar diretamente com a produtora, a/o cliente não realize a compra do que se encontra na loja:

Na verdade, Aliciane relata que todas as produtoras que compõem a CearAfro trabalham também em feiras e vendem por outros meios, como pelo *Instagram* e pelo *Whatsapp*. A loja, nesse caso, figura como um local múltiplo, em que vários tipos de público passam a conhecer o trabalho das produtoras com a possibilidade de ver de perto e experimentar as peças que estão expostas, bem como um local em que esse público pode ter uma amostra da produção de cada afroempreendedora e posteriormente acessar e tratar diretamente com cada uma em caso de haver o interesse em conhecer outras peças e acompanhar a criação de novas peças por meio das redes sociais. Vi várias vezes o seguinte tipo de situação: uma potencial cliente entra na loja procurando por algo específico, por exemplo no caso de uma senhora que procurava por uma blusa para seu marido (para dar de presente de dia dos pais) e se encantou com determinada peça, no entanto não era do tamanho do seu marido, então Aliciane além de mostrar outras peças fornece ainda o contato (*Instagram* e *Whatsapp*) da produtora, que no caso era da Lita Stéphany, da marca RModa Africana, para que a senhora pudesse tratar diretamente com ela e ver se adquiriria tal produto na loja virtual ou por encomenda com a própria produtora.

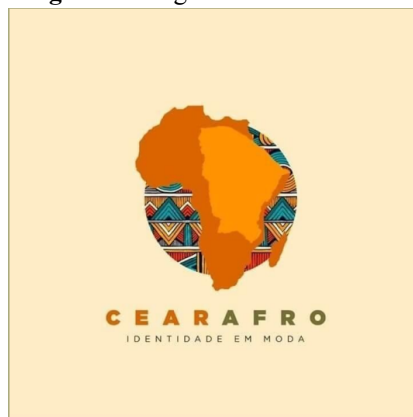
Esse ato não pode ser comparado a um tipo de comércio que visa exclusivamente o lucro. Pois, a partir do momento que Aliciane fornece o contato da própria produtora em vez de convencer à senhora a comprar qualquer outra peça na loja ela está tirando a possibilidade de ganho financeiro dela. Entretanto, Aliciane está impulsionando um possível ganho a Lita, já que a ideia de colaboração não se resume às peças que estavam expostas na loja, mas ao compromisso assumido com a moda afro e com suas criadoras. Esse laço de solidariedade atravessa a dimensão monetária e comercial, uma vez que o fortalecimento da identidade negra e do crescimento das produtoras de moda afro aparece como um elemento central das operações realizadas na loja. (SILVA CHAGAS, 2021, p. 71-72)

A partir das formas de organização da produção das afroempreendedoras, torna-se interessante compreender sob o viés econômico como seu modo de trocas, denominado de afroempreendedorismo, pode ser traduzido analiticamente como constituído e atualizado por aspectos de quilombismo, termo cunhado por Abdias Nascimento, na obra intitulada “O Quilombismo: documentos de uma militância pan-africanista” (1980), que se refere a modos horizontais de organização sociopolítica, econômica e espacial, inspirado na configuração do Quilombo de Palmares, comunidade constituída à margem e ao longo do sistema colonial, que congregou mais de 35 mil pessoas negras e indígenas escravizadas, bem como pessoas brancas marginalizadas, no seio da sociedade brasileira colonial. Admitindo, assim, que trocas comerciais e não comerciais podem ser traduzidas como práticas quilombistas em contexto, com o intuito de oferecer novos vieses a práticas econômicas que de um modo geral são confundidas com ou categorizadas como práticas capitalistas de produção, distribuição e consumo, tão somente pelo fato de estarem sob a égide da ordem macroeconômica e sistema econômico englobante.

Identifiquei, portanto, concepções próprias significantes para a categoriaêmica afroempreendedorismo, acionada pelas interlocutoras para se referir ao seu fazer enquanto produtoras e comercializadoras de moda afro desde uma concepção afrocentrada, com gestão horizontal, com fabricação de indumentárias autorais e em pequena escala, com mobilização de uma vasta rede multissituada e com distribuição de mercadorias que necessariamente estejam engajadas com as noções e vínculos de negritude de cada uma das participantes da loja-rede e que consubstanciam a formação de alianças, bem como um regime de solidariedade econômica. Notei que esse modo de produção se estabelece em certa maneira na contramão, embora invariavelmente inserido no modelo de produção, da *fast fashion* balizada pelo sistema capitalista e neoliberal de produção e consumo, em uma relação dialética com o processo de globalização e comoditização da vida. Nesse sentido, parece frutífero conceber o

afroempreendedorismo como significante de atualização de práticas quilombistas, as quais parecem ainda pouco traduzidas sob a ótica da antropologia econômica na antropologia brasileira.

**Figura 2** - Logomarca da CearAfro



Fonte: *Instagram @CearAfro*, 2020.

O quilombismo, segundo Nascimento (1980), é resultado dos seus estudos sobre a estruturação dos quilombos na época colonial, configurando-se como experiência societária anticolonial, de manutenção dos modos de ser e estar no mundo percebidos pelos escravizados africanos, indígenas, brancos empobrecidos e afro-brasileiros que conseguiam fugir dos latifúndios e construir quilombos, cuja presença é verificada em todo o território brasileiro onde se instalaram latifúndios que utilizavam mão-de-obra escravizada. Uma vez que os quilombos foram notadamente espaços de associações comunitárias, autogeridas, horizontais e sustentáveis do ponto-de-vista econômico e ambiental, sem perder de vista que as experiências de quilombos são atravessadas por socialidades múltiplas que inclusive trazem poder e hierarquias internas (O'DWYER, 2002), visavam à libertação do modo de produção de vida instaurado no seio da sociedade brasileira colonial.

Os aspectos principais do quilombismo partem da produção de modos de agir e de se relacionar no mundo sob uma perspectiva negra situada social, política e geograficamente, inscrevendo-se a partir de regimes de ancestralidade e de atualização dos modos de produção da pessoa negra, segundo o que sugere Beatriz Nascimento (2005), para a qual quilombismo é uma noção em movimento, isto é, que se estende para além do período colonial, e para além de um modelo societário, acionando processos de subjetivação da experiência negra contemporânea.

Assim, o quilombismo, como proponho aqui visto a partir da perspectiva de um modelo econômico afrocentrado, isto é, modelo de produção, distribuição e

consumo, orientador de modos de trocas econômicas, se constituiria por meio do que Nascimento denominara quilombos legais e ilegais. Os quilombos legais são espaços ou movimentos colaborativos produto das socialidades afrodescendentes que são socialmente aceitos, enquanto os ilegais foram os quilombos espaços físicos de resistência contra a escravidão e o modo de produção colonial-capitalista:

O quilombismo se estruturava em formas associativas que tanto podiam estar localizadas no seio de florestas de difícil acesso que facilitava sua defesa e sua organização econômico-social própria, como também assumiram modelos de organizações permitidas ou toleradas, frequentemente com ostensivas finalidades religiosas (católicas), recreativas, beneficentes, esportivas, culturais ou de auxílio mútuo. [...] Objetivamente, essa rede de associações, irmandades, confrarias, clubes, grêmios, terreiros, centros, tendas, afoxés, escolas de samba, gafieiras foram e são os quilombos legalizados pela sociedade dominante; do outro lado da lei se erguem os quilombos revelados que conhecemos. [...] A este complexo de significações, a esta *praxis* afro-brasileira, eu denomino de quilombismo. (NASCIMENTO, 1980, p. 255)

A noção de quilombismo vai sendo absorvida no interior dessas redes afrocentradas e ao longo dos tempos, ampliando-se para além do período colonial, e mobilizada pelas afroempreendedoras, causando, assim, uma espécie de fissura que se materializa no sistema englobante, norteador outros modos e práticas econômicas, as quais se misturam mas se distinguem da base principal que sustenta o sistema capitalista contemporâneo, atuando como contraponto à manutenção da extração de mais valia, não só das mercadorias materializadas pelo trabalho do trabalhador, mas também das relações extra laborais, pois no âmbito do empreendedorismo presente no modelo neoliberal, ainda que fora do ambiente ou do horário do trabalho, o trabalhador sustenta a necessidade de uma atitude produtiva tal, constantemente perseguida, que ocupa os espaços do não-trabalho, do descanso, do lazer e das relações sociais sem fins econômicos. Em contraste, Nascimento (1980) menciona:

Como sistema econômico, quilombismo tem sido a adequação ao meio brasileiro do comunitarismo e/ou ujamaísmo da tradição africana. Em tal sistema as relações de produção diferem basicamente daquelas prevalentes na economia espoliativa do trabalho, chamada capitalismo [...]. Compasso e ritmo do quilombismo se conjugam aos mecanismos operativos do sistema, articulando os diversos níveis da vida cuja dialética interação propõe e assegura a realização completa do ser humano. (NASCIMENTO, 1980, p. 263-64)

Como modo de demonstrar a atuação do quilombismo na contemporaneidade, Abdias Nascimento fundou, no Rio de Janeiro, em 1944, o Teatro Experimental do Negro (TEN), o qual “seria um laboratório de experimentação cultural e artística, cujo

trabalho, ação e produção explícita e claramente enfrentavam a supremacia cultural elitista-arianizante das classes dominantes” (NASCIMENTO, 1980, p. 68). A atuação do TEN possibilitou a ruptura com os modos hegemônicos de concessão de papéis artísticos a pessoas negras apenas na condição de personagens caricaturais ou de trabalhadores domésticos (p. 70). Assim também, fomentou uma produção estética que afetasse a forma de ocupar e desestabilizar uma forma-conteúdo vigente até então de fazer arte e política. Nesse sentido,

A literatura dramática assim como a estética do espetáculo, fundadas sobre valores e ótica da cultura afro-brasileira, emergiram como necessidade e resultado lógico do exame, da reflexão, da crítica e da realização do TEN, o qual organizou e patrocinou cursos, conferências nacionais, concursos e congressos, ampliando dessa forma as oportunidades para o afro-brasileiro analisar, discutir e trocar informações e experiências. (NASCIMENTO, 1980, p. 70)

Como dito anteriormente, a noção de quilombismo advém da experiência de quilombo, a qual se configura como uma primeira vivência de liberdade revolucionária que existiu no seio do sistema colonial. Foi a partir da estética, da estruturação arquitetônica, bem como do modo de organização e gestão política dos quilombos que Nascimento cunhou esse conceito, o qual engloba os modos de trocas econômicas realizados naquele contexto, os quais contradiziam o modelo econômico englobante.

Assim, as práticas culturais constitutivas da negritude subsidiavam a produção e a manutenção da experiência quilombista. Para Nascimento (1980), o quilombismo se configuraria a partir da mobilização política dos vários grupos afrodescendentes situados ao longo do estado brasileiro, como um modelo de Estado Nacional, ao mesmo tempo em que observava a existência de configurações micropolíticas de experiências que podiam ser identificadas como níveis de práticas quilombistas. Assim, para além de um projeto intelectual e político, Abdias Nascimento, baseado no materialismo histórico, desenvolveu o Teatro Experimental do Negro, como uma reverberação contemporânea dos aprendizados adquiridos por meio da vivência histórica no Quilombo dos Palmares.

Desse modo, partindo da proposta de Nascimento (1980), tomando o quilombismo como categoria analítica da trocas econômicas contemplada na loja CearAfro e no afroempreendedorismo, percebendo-os como práticas econômicas quilombistas, proponho um diálogo – de cunho ilustrativo, isto é, não exaustivo – com estudiosos de regimes econômicos diversos do capitalismo, em que, apesar de viverem



sob a ordem mais geral neoliberal institucionalizada mediante a constituição e as práticas sociopolíticas dos estados nacionais e práticas de governança contemporâneos – que me refiro sempre como o sistema englobante –, organizam-se em torno de práticas socioculturais próprias e que produzem trocas econômicas singulares.

Thomas Widlok, na obra “*Anthropology and the economy of sharing*” (2017), ao estudar as formas de trocas comerciais e não comerciais em vários grupos caçadores-coletores, bem como nas sociedades contemporâneas que se ligam por meio dos processos de globalização, em contextos culturais e sociopolíticos variados, observou as dimensões de poder e prestígio, de ordenamento e de mudança sociais existentes e possibilitadas por meio das dinâmicas dessas trocas, individualmente e em grupo. Widlok tornou visível a presença da prática de partilha, tendo em vista que diferentes trocas não comerciais em geral identificadas como dádivas (MAUSS, 2013), não resultavam necessariamente na contração de uma dívida de valores cumulativos entre os praticantes daquele tipo de troca, mas eram orientadas pelo compartilhamento, por exemplo, entre membros originários de uma mesma região quando se trata de partilhar alimentos consumidos e aos quais aquelas pessoas consideram como valiosos.

Trocas como a partilha demonstram, na concepção de Widlok, não só a invisibilização de formas econômicas e não econômicas que não se enquadram nos modelos de trocas de tipo dádiva-dívida nem mercantis, como também apontam para a necessidade de uma revisão histórica e etnográfica da categorização desses modos, assim como indicam que relações de troca podem se estabelecer em torno de contrapartidas que somente são significantes para os envolvidos, de modo que tais significados não podem ser subsumidos a priori.

Stephen Gudeman, na obra “*Economy’s tension: the dialectics of community and market*” (2012) retoma algumas conceituações sobre as noções de economia, a partir da análise de formas econômicas definidas amplamente no campo das ciências sociais como trocas comerciais e trocas não comerciais. Um dos seus esforços na construção da obra é tornar nítida a existência e a proeminência de tipos de razão que norteiam os sentidos de mutualidade e que são de suma importância na manutenção de mercados locais, bem como na preservação dos limites dos usos dos recursos limitados e do desenvolvimento econômico em nível global. O autor, então, trabalha adicionando a camada das trocas mútuas, construídas mediante relações sociais dadas em contexto e que desenvolvem certo senso de comunidade, em que as escolhas individuais na arena comercial não são as mesmas, bem como passam dialeticamente pelas condições de

existência de uma arena comunitária ligada por um repertório de conhecimentos e habilidades, ao qual o autor denomina de base.

O movimento dialético também pode ser observado em economias que são dominadas pelo mercado, pois trocas, distribuições e compartilhamentos também são realizados nesses espaços, reforçando o argumento da coexistência de várias formas de razão e de práticas de mutualidade, as quais se encontram em tensão e instabilidade, constituindo uma hierarquia de dominação, esta podendo ou não ser mantida ou transformada por uma série de acontecimentos ao longo do tempo. A razão calculista se desenvolve com a ascensão das trocas comerciais mercadológicas – “comércio competitivo e impessoal” – e sua infiltração em espaços não mercadológicos, isto é, nas trocas recíprocas baseadas em confiança mútua, especialmente.

O modelo denominado de economia híbrida, da localidade de Wenzhou, na China, presente no texto de Mayfair Mei-hui Yang, intitulado “*Putting global capitalism in its place: economic hybridity, Bataille, and ritual expenditure*” (2000), demonstra como um modelo ilustrativo de economia em que o contexto local dirige a economia local, por meio de práticas de mutualidade como proposto por Gudeman, e instaura um regime de dialogicidade com a economia nacional chinesa e, em última instância, com o modelo de economia global segundo sua posição relacional com cada uma dessa instâncias. Trata-se de uma ilustração exemplar desde o ponto de os habitante de Wenzhou perpetuam atos rituais de queima de papel-moeda ou o seu substituto ritual contemporâneo, ao mesmo tempo em que registram uma acumulação de recursos e de prestígio que poderiam ser análogos aos modos ditos ocidentais de lidar com o poder financeiro, mas não o são.

Em Wenzhou, gastar é um valor que retira poder do princípio de acumulação e promove e demonstra respeito e compromisso com a comunidade. Assim, a economia e a produção fazem parte e por vezes orientam o sistema ritual e religioso, de modo que o hibridismo econômico pontua que as forças de trocas – comerciais e rituais – se movem em todas as direções, embora a intensidade (poder) de cada uma delas seja desejosamente desigual, e que a priori não há uma hierarquia entre forças diversas, como as de cunho ritual e religioso. Assim também, são características centrais da economia rural de Wenzhou a reconstituição pela via econômica das relações e estruturas locais de parentesco, a apropriação do excedente dessa economia para gastos em uma economia pública de festival e ritual e a dimensão econômica mais significativa é a do consumo que sustenta a linhagem e a ancestralidade, intensificadas pela presença

da produção doméstica e uma economia ritual. Yang afirma que a compreensão e a prática nativas deixam marcas materiais na economia, desse modo, o consumo pode assumir uma forma não capitalista.

Nesse sentido, reflito que as práticas de afroempreendedorismo empreendidas pelas sujeitas de minha pesquisa e reunidas na loja CearAfro ilustram a atualização de uma tensão entre o sistema englobante e práticas microssociais, ao passo em que são revestidas de ações econômicas de quilombismo, pois buscam romper com a padronização das práticas de empreendedorismo, daí se perceberem como *afroempreendedoras*, demarcando sua diferença frente às características observáveis do empreendedorismo, tendo em vista que os aspectos deste último se evidenciam na construção de um sujeito individual cuja razão calculista se espraia para as demais áreas que não as laborais, bem como adentra na sua psiquê, amplificando-se em suas práticas de vida, isto é, nos seus processos de subjetivação, como propõe Foucault (2008a) e mais recentemente Guattari e Rolnik (2000) e Byung Chul Han (2014), matizando o *homo economicus*, o empreendedor de si e o sujeito de desempenho.

Em detrimento, temos a loja CearAfro como eixo que centraliza as relações mercantis e não comerciais das afroempreendedoras e que nitidamente não opera com uma razão calculista nem reforçam a lógica do desempenho, da produtividade. Pelo contrário, engendram modos de produção ancoradas na lógica de tecer relação com a/o cliente, tecer alianças entre as afroempreendedoras, como podemos ver no excerto a seguir:

A vantagem de comprar o produto diretamente com a produtora é o preço mais em conta do que na CearAfro, no entanto, a vantagem de realizar a compra na loja física reside no fato de que a/o cliente pode experimentar, pegar, sentir a textura e visualizar as cores pessoalmente. Além disso, a troca de produtos, se for o caso, fica facilitada, pois basta que a/o cliente se dirija até a loja no prazo de 30 dias (até mais, conforme relatou Aliciane), nos horários de funcionamento, para conseguir facilmente efetuar a troca por outro produto da mesma criadora ou qualquer peça que perfaça o preço pago na primeira compra. Em relação às compras realizadas diretamente com a afroempreendedora, é necessário marcar um horário e um local específico com ela, o que nem sempre funciona conforme o programado para todos os públicos. Assim, mesmo em compras virtuais ou diretamente com as produtoras com ou sem o intermédio de Aliciane, a CearAfro figura como um espaço que ancora a horizontalidade desta rede afro, é um nó que entrelaça uma série de transações e que facilita o trânsito dos agentes envolvidos nessa rede, sendo, inclusive, localizada geograficamente em um ponto da cidade que por sincronismo se chama Centro e que dificilmente é completamente desconhecido pelas pessoas que se movem através da cidade. Por vezes foram clientes na CearAfro receber encomendas compradas diretamente com as afroempreendedoras, pois se torna mais fácil deixar o produto na loja para que a/o cliente possa ir buscar em um horário mais

conveniente para si. Certa vez, Ariadne deixou uma encomenda de vinte máscaras de tecido para uma cliente que iria viajar nos próximos dias para São Paulo e queria buscar as máscaras com antecedência para poder lavá-las, secá-las e guardá-las a tempo. Como Ariadne estava sem outro dia disponível além de uma quarta-feira à tarde para que a cliente buscasse a encomenda diretamente com ela, assim como a cliente só poderia ir em dia posterior buscar diretamente com Ariadne, esta deixou a encomenda naquela quarta-feira na CearAfro, informando de antemão à cliente que poderia receber suas peças lá. Passaram-se dois dias até que a cliente fosse buscar seu pedido, e ao recebê-lo o mesmo já havia sido pago diretamente a Ariadne de modo virtual, tendo Aliciane apenas informado àquela que os produtos foram entregues. (SILVA CHAGAS, 2021, p. 167)

Tomando a noção de quilombismo desde uma perspectiva econômica, entendo que as práticas econômicas quilombistas são baseadas em trocas horizontais, não exploratórias, que partem dos processos de subjetivação das pessoas negras e de organização de experiências coletivas que atualizam e reafirmam vínculos de negritude, não se limitando a estabelecer relações apenas entre pessoas negras. Assim, o afroempreendedorismo figura como um aspecto do quilombismo, pois materializa e se centra nas demandas dessas mulheres, pessoas negras, que se posicionam dentro do mercado, das trocas mercantis e não comerciais, consubstanciando práticas comerciais que objetivam a valorização da produção coletiva, da distribuição e do consumo permeado por relações de aliança com outras mulheres não brancas, que visam a um modelo produtivo mais equitativo, que se centram nas elaborações culturais e se pautam e são constituintes dos processos de subjetivação da negritude que se encontram atravessados na constituição dessa moda afro.

## REFERÊNCIAS

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. WMF Martins Fontes, 2009.

CARNEIRO DA CUNHA, Manuela. “Cultura” e cultura: conhecimentos tradicionais e direitos intelectuais. In: \_\_\_\_\_. **Cultura com aspas**. São Paulo: Cosac Naify. p. 311-373, 2009.

Foucault, Michel. Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). Martins Fontes, 2008a.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Sueli. **Micropolítica: cartografias do desejo**. 6a. edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

GUDEMAN, Stephen. **Economy’s tension: the dialectics of community and market**.

New York and Oxford: Berghahn Books, 2012.

HAN, Byung Chul Han. **Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder**. Barcelona: Herder, 18, 2014.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

NASCIMENTO, Abdias do. **O Quilombismo: documentos de uma militância pan-africanista**. Rio de Janeiro: Vozes, 1980. 281 p.

NASCIMENTO, Beatriz. Kilombo e memória comunitária: um estudo de caso. In: RATTIS, Alex (org.). **Eu sou atlântica: sobre a trajetória de vida de Beatriz Nascimento**. São Paulo: Instituto Kuanza; Imprensa Oficial, 2005, p. 109-116.

O'DWYER, Eliane Cantarino (org.). **Quilombos: identidade étnica e territorialidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

SAHLINS, Marshall. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: Por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção. (Parte I). **Mana**, v. 3, n. 1, p. 41-73, 1997.

SILVA CHAGAS, Juliana. As formas de autoinscrição na moda afro fortalezense. Orientador: Kleyton Rattes Gonçalves. 2021. 198 f. **Dissertação** (Mestrado em Antropologia) - Programa Associado de Pós-graduação em Antropologia UFC/UNILAB, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Redenção, 2021.

YANG, Mayfair Mei-hui. Putting global capitalism in its place: economic hybridity, Bataille, and ritual expenditure. **Current Anthropology**, v. 41, n. 4, p. 477-509, 2000.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**. Brasília: Editora UNB, 2000.

WIDLOK, Thomas. 2017. **Anthropology and the economy of sharing**. Oxon, Routledge.