

EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE NO CONTEXTO DOS HAITIANOS EM MARICÁ: REFLEXÕES E PROPOSTAS

IMMIGRANT ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF HAITIANS IN MARICÁ: REFLECTIONS AND PROPOSALS

Eduardo Picanço Cruz*

Rafael Cuba Mancebo**

Roberto Pessoa de Queiroz Falcão***

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto e as principais características do enclave étnico e do empreendedorismo imigrante no Brasil, mais especificamente no caso dos haitianos residentes no município de Maricá. Como parte inicial e exploratória de um projeto de pesquisa mais amplo, o artigo apresenta uma discussão sobre o contexto desses migrantes e o impacto do empreendedorismo e da constituição de enclaves étnicos para uma mudança social. A pesquisa evidenciou que ainda que os aspectos levantados pela teoria tenham sido identificados no grupo de haitianos residentes em Maricá, as questões que tocam no desenvolvimento de negócios culturais e as próprias características da cultura haitiana não são exploradas em toda a sua potencialidade. Dessa forma, são propostas algumas ações para o desenvolvimento de um nicho étnico que promova a economia local, como também novas possibilidades para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Migração internacional. Haitianos. Empreendedorismo imigrante. Enclave étnico.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact and main characteristics of the ethnic enclave and immigrant entrepreneurs in Brazil, more specifically the authors scrutinize the case of Haitians living in the municipality of Maricá, RJ. As an initial and exploratory part of a broader research project, the article presents a discussion of the context of these migrants, the impact of entrepreneurship and the building of ethnic enclaves for social change. The research evidenced that although the aspects raised by the theory have been identified in the group of Haitians residing in Maricá, the issues that touch on the development of cultural businesses and the very characteristics of the Haitian culture are not explored in all its potentiality. Therefore, some actions are proposed for the development of an ethnic niche that promotes the local economy, as well as new possibilities for future research.

Keywords: International migration. Haitians. Immigrant entrepreneurship. Ethnic enclave.

* Universidade Federal Fluminense. epicanco@id.uff.br

** Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. cuba.mancebo@gmail.com

*** Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. robertopqfalcao@gmail.com

Introdução

O presente trabalho se insere, ainda em etapa exploratória, na lacuna apresentada por Cruz e Falcão (2016a) que evidenciaram oportunidades de estudos sobre os aspectos relacionados ao empreendedorismo imigrante, e tem como objetivo analisar o impacto e as principais características do nicho étnico no processo de ressocialização de migrantes internacionais no Brasil, mais especificamente no caso dos haitianos residentes no município de Maricá.

De acordo com relatórios do Ministério do Trabalho e da Polícia Federal, amplamente divulgados na mídia (VELASCO; MANTOVANI, 2016), nos últimos dez anos aumentou em 160% o número de imigrantes no Brasil, dos quais destacam-se em primeiro lugar os haitianos. Dada a relevância do tema, muitos autores têm trabalhado no sentido de propor soluções para esta realidade tão complexa que é a migração internacional, destacando a importância da realização de estudos interdisciplinares (SANTOS et al, 2010; HALTER, 2007; e outros). Desse modo, se a fase inicial dessas pesquisas foram marcadas pelos estudos realizados principalmente por sociólogos (CRUZ; FALCÃO, 2016a), atualmente é necessário que se lance um olhar na perspectiva do empreendedorismo para a compreensão desse fenômeno, e do potencial socioeconômico que emerge a partir de negócios étnicos, com impacto não apenas na vida financeira dos indivíduos, mas também sobre a economia local, ressaltando a importância de estudos que se aprofundem nessas questões (HALTER, 2007).

Assim, o presente trabalho está organizado em cinco seções. A primeira se trata da introdução, seguida pela discussão acerca do fenômeno da migração internacional no Brasil e do empreendedorismo imigrante. Já na terceira seção são apresentados os procedimentos metodológicos para em seguida serem analisados os dados. Na quinta e sexta seções estão as considerações finais e o referencial teórico, respectivamente.

1 Migração e Empreendedorismo Imigrante no Brasil

Os movimentos migratórios fazem parte da história da humanidade. Os animais e homens se deslocam constantemente seja por razões atrativas (imigração) quanto repulsivas (emigração). Sejam de caráter temporário ou definitivo, internas ou externas, de forma voluntária ou forçada, legais ou clandestinas, os movimentos migratórios trazem à tona discussões do impacto sobre a chegada de certas populações em novas áreas,

povoadas ou não. O debate sobre a imigração de milhares de refugiados para Europa e sua assimilação pela sociedade e economia locais, apresenta-se como um tema quente na atualidade. Adicionalmente, o empreendedorismo internacional de enclave étnico tem sido estudado como uma das formas de mobilidade social e integração destes grupos (CRUZ; FALCÃO, 2016a). Em 2016, a mídia repercutiu amplamente o aumento no registro de imigrantes que vieram para o Brasil, destacando-se em primeiro lugar os haitianos com 14.535 registros, em segundo os bolivianos com 8.407, seguidos pelos 7.653 colombianos, 6.147 argentinos, 5.798 chineses, 4.861 portugueses, 4.841 paraguaios e 4.747 norte-americanos (VELASCO; MANTOVANI, 2016).

O desafio para o acolhimento dessas pessoas e a atenção ao seu processo de ressocialização é cada vez maior, merecendo especial atenção no desenvolvimento de políticas de trabalho e documentação. Ainda que a definição do termo imigrante pressuponha a decisão e vontade de indivíduos de migrarem de seus países, a situação de extrema vulnerabilidade social e econômica que grande parte dessas pessoas vivem em seus países é um fator decisivo para o fluxo migratório internacional.

Esses diferentes contextos que envolvem a vida de quem decide vir para o Brasil significa, também, uma diferença na condição de chegada e estadia no país. De um modo geral, a análise desse processo nos apresenta a quatro questões, que envolvem (i) quando os imigrantes chegam sozinhos e passam despercebidos, facilitando a inserção na comunidade local, mas só é adequado para aqueles com maior qualificação (principalmente saber falar o idioma local); (ii) quando chegam juntos, e por isso são fortalecidos pelo companheirismo e laços de solidariedade, mas despertam interesse dos locais (sociedade e autoridades); (iii) quando chegam com recursos e são fortalecidos por esse poder econômico, sem necessariamente sempre ter um aspecto positivo (por exemplo, brasiguaios); e (iv) quando chegam sem recursos, e acabam entendidos como problemas sociais (por exemplo, sírios na Europa).

Por outro lado, no que diz respeito a regularização temos as políticas de caráter emergencial, como os vistos humanitários cedidos a haitianos, e a condição de refúgio para pessoas que estejam expostas a ameaças e perseguição por “motivos de raça, religião, nacionalidade, grupo social ou opiniões políticas, ou ainda, que estejam sujeitos, em seu país, a grave e generalizada violação de direitos humanos” (BRASIL, 2017). Nesse sentido, é importante destacar que conceitualmente dentro da chamada Migração internacional estão enquadrados os imigrantes e os refugiados, que têm em si suas especificidades e desafios de viver em um novo país.

Como destacado por Villen (2016), as barreiras enfrentadas para a entrada no país e principalmente no mercado de trabalho acabam funcionando como mecanismos que marginalizam esses imigrantes e acabam expostos a situações de exploração e precárias condições de trabalho. Assim,

Tais fatores são igualmente agravados pela vulnerabilidade social da própria condição de imigrante (socioeconômica, legal, linguística) e pelas diferentes barreiras derivadas do seu status de acaso emergencial da história da imigração no país (VILLEN, 2016, p. 191).

De acordo com dados do Ministério do Trabalho e divulgados no relatório do Observatório das Migrações Internacionais, a inserção dos imigrantes no mercado de trabalho brasileiro dobrou chegando a 125.535 em 2015, e em grande parte por pessoas com graduação e de países como EUA (5.519), Filipinas (2.994) e Reino Unido (2.610). Diante da complexidade do tema, é interessante notar como os dados sobre a quantidade e as nacionalidades dos imigrantes no Brasil são inversamente proporcionais aos registros de trabalho emitidos e aos níveis de escolaridade. Essa disparidade mostra que há um grande número de pessoas originárias de países com problemas socioeconômicos extremos que ainda não estão inseridas no mercado de trabalho. Desse modo, as atividades de autoemprego se destacam como uma solução e faz crescer um novo contexto de empreendedores imigrantes, com grande potencial de geração de renda, emprego e desenvolvimento.

Segundo Drori, Honig e Wright (2009) há quatro tipos mais recorrentes de empreendedores étnicos ou imigrantes: (i) empresários transnacionais, que mantém os laços comerciais com os países de origem; (ii) os empresário étnicos, ligados às suas comunidades étnicas por laços culturais; (iii) os empresários que retornam, dispostos a iniciar um novo empreendimento no país de origem; e (iv) empresários internacionais, dedicados ao comércio internacional, que são proprietários de empresas individuais ou empresários que cruzam fronteiras nacionais.

Importantes pesquisas foram desenvolvidas nos últimos anos com o objetivo de compreender as diferentes questões que envolvem o empreendedorismo imigrante e seus conceitos. De acordo com Cruz e Falcão (2016a, p. 79), os estudos nessa área saíram de uma abordagem focada nas “economias de enclave”, “empresas étnicas” e “enraizamento social” para um foco no indivíduo, ou seja, nos “empresários imigrantes”, nas “redes de negócios imigrantes” e nos “empresários transnacionais”. No mesmo estudo, os autores apontaram para uma lacuna nos estudos brasileiros, principalmente no que tange aos

conceitos trabalhados nas pesquisas seminais, que enfocam o empreendedorismo imigrante à luz das teorias tradicionais de assimilação cultural e de redução da pobreza, constituídas por um conjunto de medidas de alcance econômico e humanitário, e que corroboraram com a ideia de que só os imigrantes com boa formação ou competências seriam capazes de ter êxito nos países de acolhimento.

No entanto, no contexto internacional artigos publicados nas últimas duas décadas mostraram que, ao contrário disso, muitos grupos de imigrantes com baixa qualificação quebraram estas expectativas e alcançaram sucesso financeiro e mobilidade econômica a partir do empreendedorismo em suas respectivas comunidades étnicas, abrindo assim o debate sobre a exigibilidade de uma boa qualificação profissional prévia (ZHOU, 2004). Para compreender esse fenômeno, teorias como a do capital humano, social e econômico de Bourdieu (1986) trouxeram uma nova perspectiva para pesquisas sobre empreendedorismo e minorias étnicas. A exemplo disso, podemos destacar alguns trabalhos que ao olhar para os aspectos sociológicos do empreendedorismo imigrante evidenciaram o papel da rede de apoio que é criada quando consumidores e empreendedores se conectam a partir de mercados étnicos, e da contribuição do capital social nesse processo (por exemplo, WALDINGER; ALDRICH; WARD, 1990; BUTLER; HERRING, 1991; PORTES; ZHOU, 1992; BARRETT; JONES; MC EVOY, 1996). Dessa forma, vale esclarecer que diante das restrições ao capital econômico, que pode ser compreendido a partir dos recursos financeiros de abertura do negócio, ou até mesmo ao capital humano, relacionado a qualificação e força de trabalho, as redes que compõem o capital social se formam em torno de laços culturais. Portanto, elas se apresentam como importantes ativos dessas comunidades e seus empreendimentos, e por isso podem abrir um caminho para o desenvolvimento de políticas que atuem no estímulo a criação desses negócios e, conseqüentemente, gerando impacto na economia local.

Diante disso, é importante destacar a relevância dos nichos étnicos no empreendedorismo imigrante (ZHOU, 2004), que se constitui em um nicho no ambiente de mercado em que o imigrante tem uma vantagem competitiva. Em outras palavras, a bagagem cultural do imigrante passa a ser um ativo e um diferencial para que ele crie um negócio, e permite que eles atuem na produção e oferta de serviços que só eles podem oferecer, devido às especificações culturais ou pelo interesse no consumo de “produtos exóticos” por grupos de consumidores externos ao nicho (ZHOU, 2004, p. 40). Como exemplo temos os negócios de comida típica comercializada por sírios em diferentes partes do Rio de Janeiro e São Paulo, dentre outros. Halter (2007, p. 117) explica que

A pesquisa sobre o empreendedorismo étnico sublinha a maneira como características culturais distintivas contribuem para o sucesso de um empreendimento e esclarece que a etnia é um fator da vida econômica. Isso ocorre no marketing de produtos étnicos, na contratação de compatriotas, no relacionamento com clientes co-étnicos, no capital cultural gerado por meio de recursos ou estratégias de capitalização de fundo étnico. A cooperação entre imigrantes, misturando comportamentos tradicionais e modernos, pode resultar numa potente poção econômica para os empreendedores étnicos.

Assumindo então a relevância econômica do empreendedorismo imigrante, seus nichos étnicos, e principalmente o seu papel social deste para a vida dos que buscam uma renda e para a economia local, alguns aspectos merecem atenção, principalmente no que tange a educação empreendedora dessas pessoas (HALTER, 2007). Ademais, um importante ponto para esse trabalho está no desenvolvimento de pesquisas que tratem do tema. Nesse sentido, Santos et al (2010, p. 56) destacaram em um trabalho sobre as principais teorias de migração, a importância da interdisciplinaridade nesse contexto, corroborando com Brettell e Hollifield (2014), que propõem a construção de pontes entre as disciplinas, onde já existe um bom intercâmbio. Assim, a consolidação de políticas públicas e organização da sociedade civil no amparo a essas pessoas é um passo essencial para a quebra das barreiras por elas enfrentadas. No entanto, mais do que isso, é preciso que haja um olhar atento ao delicado processo de ressocialização desses indivíduos, e mais, de reconstituição de suas identidades sociais. A esse respeito, atividades relacionadas ao emprego e trabalho vêm se mostrando um caminho a ser percorrido junto com etapas que envolvem a retirada de documentação, cursos de português, incentivo e capacitação para a atividade empreendedora e mercado de trabalho (BRASIL, 2016).

2 Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa é de natureza qualitativa de caráter exploratório, dado que é parte de um projeto de pesquisa mais amplo que trata das questões do empreendedorismo imigrante no Brasil. Para Gil (2008), uma pesquisa exploratória pode ajudar a desenvolver, alterar ou apenas esclarecer ideias, visando a formulação de problemas mais objetivos ou até hipóteses de pesquisa para futuros estudos posteriores. Desse modo, a pesquisa foi organizada em três partes, sendo elas:

- 1) Revisão sistemática de literatura sobre o tema, baseando-se em três estudos bibliométricos: Aliaga-Isla e Rialp (2013), Ma, Zhao, Wang e Lee (2013) e Cruz e Falcão (2016a);
- 2) Análise preliminar e ida ao campo: descritos no item a seguir;
- 3) Análise e proposições para o contexto local: envolveu as discussões e proposições da equipe do projeto de pesquisa sobre a realidade observada à luz das teorias identificadas na fase de revisão bibliográfica.

Vale ressaltar que, dado o caráter exploratório da pesquisa, não se tem por objetivo fazer generalizações ou conclusões gerais sobre o contexto analisado, mas sim construir um diagnóstico da realidade social do campo analisado e evidenciar as potenciais ações que podem ser estabelecidas com foco no desenvolvimento local e melhora da qualidade de vida desses imigrantes.

2.1 Coleta de Dados

A etapa empírica da pesquisa ocorreu no município de Maricá – RJ, onde estima-se que residam cerca de cem (100) haitianos.

Esta escolha se deu primeiro pela relevância da imigração haitiana no Brasil, conforme dados apresentados na seção anterior, e pela possibilidade de desenvolvimento de diferentes ações junto a essa população, com o contato prévio dos pesquisadores junto à prefeitura, como também, a própria localização do município.

Desse modo, foram feitas entrevistas individuais semiestruturadas com cinco haitianos, quatro em português e uma em francês, em seus próprios negócios. Em uma segunda rodada de entrevistas, foi feito um grupo focal com a presença de 11 haitianos e também, com um dos responsáveis pelos projetos relacionados à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Maricá. As conversas individuais duraram cerca de 60 minutos cada e foram gravadas, para uso do grupo de pesquisa. Já o grupo focal foi conduzido em um salão paroquial de igreja local, tendo uma duração de 120 minutos. Todas as entrevistas foram transcritas e analisadas sob o arcabouço teórico do empreendedorismo imigrante, mais especificamente dos nichos étnicos e as possibilidades de ações relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão acerca desse contexto.

3 Apresentação e Análise dos Dados de Campo

3.1 Imigrantes haitianos em Maricá

O município de Maricá faz parte da região metropolitana do Rio de Janeiro e concentra uma população de 146.549 habitantes. Localizada próximo de municípios como Niterói, São Gonçalo e Rio de Janeiro, tem em sua população muitas pessoas que se deslocam para trabalhar em outras regiões, e é também muito conhecida por seus espaços rurais, como fazendas e chácaras e praias em seus distritos, como Itaipuaçu e a própria praia de Maricá.

De acordo com dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Maricá, no município moram cerca de cem (100) haitianos que foram para lá em diferentes momentos e com um motivo em comum: a busca por uma vida melhor no Brasil.

Dado esse contexto, as entrevistas realizadas foram organizadas em três categorias, que são elas: o (i) contexto da chegada ao Brasil e atividades de trabalho; (ii) atividades da cultura haitiana; e (iii) perspectivas pessoais.

3.2 A chegada ao Brasil e atividades de trabalho

A presença brasileira no Haiti comandando a Missão das Nações Unidas para a Estabilização do Haiti – MINUSTAH desde 2004, fez o país ser considerado um ponto de referência para a população local. Após o terremoto do Haiti no ano de 2010, iniciou-se uma grande emigração da população. De acordo com as fontes consultadas (STOCHERO, 2014; TERRA, 2013), confirmadas pelas entrevistas de campo, grande parte dos haitianos chegam ao Brasil indocumentados, pelo norte do país – normalmente através do Acre e Amazonas, solicitando refúgio na Polícia Federal – PF. Com o protocolo preliminar da PF passam a ter os mesmos direitos que cidadãos brasileiros, incluindo acesso à saúde e educação.

O Comitê Nacional de Refugiados (Conare) e Conselho Nacional de Imigração (Cnig) apoiam, dentro de suas alçadas, no processo para concessão de residência permanente de caráter humanitário. Ressalta-se que eles têm permissão para trabalhar, no entanto, todos os entrevistados relataram ter encontrado dificuldades com o idioma inicialmente, o que os limitaram em relação a encontrarem um trabalho melhor.

Assim, durante as entrevistas, um aspecto que chamou a atenção foram as atividades profissionais dos entrevistados no período de chegada ao Brasil. Dos 11 homens, participantes do grupo focal, com idades que variavam entre 26 e 44 anos, quase a metade trabalhava na mesma empresa, sendo que dois deles trabalhavam por conta própria. Esses dois empresários foram também entrevistados individualmente. Dos que trabalhavam para terceiros, todos citaram que não foi oferecido pelo poder público local nenhum suporte para encontrarem trabalho, ainda que tivessem a documentação necessária para isso.

Contudo, ao se investigar o nível de escolaridade dos imigrantes, apenas quatro dos entrevistados tinham o nível secundário completo, sendo que nenhum deles tinha curso superior concluído. No Haiti, os entrevistados relataram que trabalhavam na área de construção civil (cinco deles), em ensino (dois), com informática (dois) e os demais nas áreas de agricultura, saúde e cozinha.

Conforme já havia sido apontado na literatura (ver HALTER, 2007 e VILLEN, 2015), imigrantes e refugiados diante das barreiras para a inserção no mercado de trabalho, e até mesmo devido ao processo de documentação, acabam se estabelecendo em atividades altamente precárias e com condições de trabalho extremas. No caso dos entrevistados, todos passaram pela indústria de carne e da construção civil, e chegaram a relatar jornadas de trabalho de até 16 horas, junto a empresas sediadas em Manaus, porta de entrada para a maior parte dos haitianos que vêm para o Brasil.

No que tange à remuneração, nenhum entrevistado citou alguma situação em que tiveram salários menores, ainda que não tivessem conhecimento sobre o salário que seus pares brasileiros recebiam. Ademais, todos afirmaram que as condições de trabalho foi um aspecto determinante para que focassem em ter seus próprios negócios. Dessa forma, viram em Maricá dois pontos principais: primeiro, a proximidade com grandes centros, o que facilita o acesso a fornecedores, como por exemplo mercadorias compradas no centro do Rio, e o segundo aspecto sendo seu custo de vida mais baixo do que nesses grandes centros. Os demais participantes das entrevistas e grupos focais relataram que gostariam de abrir negócios relacionados a restaurantes (oito deles), loja de informática e aparelhos eletrônicos e loja de material de construção.

Quanto à ajuda financeira metade dos entrevistados afirmaram que ninguém os ajudava em situações de dificuldade, sendo que três deles informaram que um brasileiro os auxiliava e apenas um era ajudado por outro haitiano.

Vale ressaltar que a situação marginalizada na qual se encontram, acaba sendo um ponto de motivação para a busca pelo próprio negócio, no entanto, diferente dos outros casos apontados, nenhum dos entrevistados atuavam com atividades relacionadas a cultura do seu país e não há registro na prefeitura nem entre os próprios entrevistados de algum negócio relacionado a cultura haitiana em Maricá.

3.3 Atividades da cultura haitiana

Durante as entrevistas alguns pontos relacionados a cultura haitiana chamaram a atenção, dentre eles foram citados comidas típicas, músicas regionais e linguagem. Como idiomas oficiais, o país tem o crioulo e o francês, devido à colonização. No entanto, durante a pesquisa apenas um entrevistado não falava português, e por isso a entrevista se deu em francês. A respeito das questões relacionadas aos costumes e rotina, como também vestimenta, todos afirmaram não ter sentido diferença no Brasil, apesar disso, a comida, e uma bebida tradicional chamada Krema foram apontadas como itens que os fazem sentir saudades da terra natal, mas que não são preparadas com regularidade por eles e nem comercializadas na cidade. Uma das entrevistas contou com a presença da esposa brasileira de um deles, que comentou nunca ter provado nem ter visto nenhum dos pratos citados. Por outro lado, dois entrevistados falaram que costumam cozinhar pratos típicos para amigos e suas parceiras.

Ponto relevante destacado nos apontamentos de Cruz e Falcão (2016b) diz respeito à importância dos negócios étnicos, principalmente aqueles vinculados a cultura do imigrante. No caso dos entrevistados, quatro trabalhavam como vendedores de rua ('camelôs') que vendiam produtos chineses adquiridos em São Paulo (rua 25 de março), segundo os entrevistados. O único comércio estabelecido era uma banca de jornal.

Quando questionados se os brasileiros haviam experimentado suas comidas típicas, e gostado, um dos entrevistados relatou que durante o aniversário de quatro anos do seu filho, os vizinhos brasileiros adoraram seus pratos típicos. Em seguida, os entrevistadores o questionaram se já havia "passado por sua cabeça" oferecer comercialmente esses pratos. A resposta, junto com uma expressão de surpresa, foi, "não". Realmente parecia que ele nunca havia levado em consideração a possibilidade de usar os elementos de sua cultura para fazer negócios.

Outro entrevistado disse que conhece haitianos que sabem tocar músicas típicas, mas que nunca pensou em criar uma banda e/ou tocar 'profissionalmente'. Nesse sentido,

o grupo de pesquisa foi atrás de alguns itens típicos da cultura haitiana que poderiam ser explorados comercialmente por esses imigrantes. Dos elementos pesquisados, destacam-se: (i) na música, a Kompa, que envolve uso de sintetizadores, guitarra e saxofone; (ii) na arte, as pinturas de alimentos, paisagens, animais da selva, rituais, danças e deuses; (iii) na culinária, o destaque se dá em alguns elementos. A característica principal de sua culinária é conter diversos temperos e ingredientes, como a pimenta. Destacam-se alguns pratos como o griot, preparado com carne de porco; o labí, feito com lagosta, arroz e yonyon; acras, uma raiz temperada com muitas especiarias; e o tassot, vitela ou bode preparados com um acentuado sabor picante (ZANELLA, 2014).

O curioso é que todos os participantes do grupo focal afirmaram saber cozinhar comidas típicas. Os mesmos também disseram sentir falta de uma comida ou bebida tradicional de seu país.

Outro aspecto interessante e já apontado na literatura é o papel das igrejas no acolhimento de imigrantes (ver ROCHA; VASQUEZ, 2013; MARIZ, 2009; SALES, 2005). Sobre isso, tantos os haitianos entrevistados como também na entrevista realizada na prefeitura, o suporte dado por uma igreja Batista foi fundamental para que eles se organizassem nas questões de trabalho, moradia e acolhimento. No entanto, não há nenhuma atividade da instituição voltada para os haitianos ou a integração deles como enclave étnico, o que mostrou um grande potencial para a organização desse nicho que pode contribuir no aspecto financeiro, individual e para a região, como também na organização e promoção de atividades culturais.

Nesse ponto, vale ser ressaltado que há dois tipos de empreendedores imigrantes: os que são socialmente identificados com as suas comunidades étnicas e os que não se identificam com elas. Os primeiros são mais propensos a se tornarem empreendedores do ‘enclave étnico’, já que possuem algum vínculo, seja cultural ou emocional. Em geral eles buscam também melhorar sua comunidade, até mesmo através de ações altruístas, como ajudando a um futuro concorrente a se estabelecer neste mesmo enclave (ZHOU, 2004).

Acima de tudo, empreendedores imigrantes atendem às suas comunidades étnicas por meio de suas conexões. Através delas, têm acesso a recursos-chave. Nesse sentido, os que são socialmente identificados com os seus grupos étnicos serão mais propensos a se envolver em ‘estratégias focadas no enclave’ (YING; LEE, 1999; ACHIDI NDOFOR; PRIEM, 2011).

Por outro lado, há os empreendedores que têm baixa identificação com seu grupo étnico, sejam por seus valores ou práticas que divergem, ou meramente por desprezarem seus próprios compatriotas (SPEARS; DOOSJE; ELLEMERS, 1997). Estes, portanto, tentarão se dissociar ou até se diferenciar de seus grupos étnicos originais (BARTH, 1998).

Ao se pensar em empreendedores imigrantes, sobretudo no caso dos haitianos pesquisados, leva-se a crer que possuem baixo capital humano e, portanto, a escolha de empreender se torna a única alternativa viável ao subemprego (ALDRICH; WALDINGER, 1990). Mas esta não seria uma realidade para todos os empreendedores imigrantes. Os haitianos que não falam a língua tornaram-se menos integrados à população local sobretudo devido às barreiras linguísticas e culturais, mas também devido à falta de redes de contatos – capital social, corroborando com os achados de Light (1972) e Zhou (2004).

O capital social, portanto, não é o maior ativo da comunidade, já que o grupo parece ser desagregado como constatado nas evidências de campo. No entanto, diversos autores (tais como, LIGHT, 1972; PORTES, 1987; LIGHT; BONACICH, 1988) afirmam que um dos recursos mais importantes das comunidades étnicas e imigrantes é o seu capital social, não raro associado às taxas mais elevadas de sucesso de seus negócios. Ainda segundo Martes e Rodriguez (2004), esta relação primordial entre capital social e o empreendedorismo étnico pode se manifestar devido ao uso de alguns de seus elementos, como a solidariedade, valores éticos e culturais, conhecimentos e habilidades.

3.4 Perspectivas individuais

O terceiro ponto de convergência das entrevistas realizadas, nos permitiu organizar a terceira categoria que trata das perspectivas individuais dos entrevistados, mas que mostram, também, aspectos importantes da realidade de um grupo e, dessa forma, de aspectos do coletivo. Durante as entrevistas, ficou evidente a decepção em relação à economia e as oportunidades no Brasil. Como todos vieram para cá em um período de aquecimento econômico e de muitas oportunidades de trabalho, os entrevistados citaram a dificuldade em pagar aluguel, a falta de dinheiro para mandar para suas famílias e a grave situação financeira como aspectos que diminuem a vontade de continuar no Brasil. Entretanto, a dificuldade de comprar a passagem de volta e até mesmo o estado em que se encontra atualmente o Haiti, faz com que eles ainda esperem que as coisas possam melhorar por aqui.

Por outro lado, todos afirmaram ter tido facilidade no que envolve documentação e formalização, ainda que não haja nesse processo condições e oportunidades de educação profissional ou empreendedora para eles.

Considerações finais

O presente trabalho teve como objetivo analisar o impacto e as principais características do nicho étnico e do empreendedorismo imigrante no Brasil, mais especificamente no caso dos haitianos residentes no município de Maricá. Desse modo, de acordo com o que é apontado na literatura, os nichos étnicos vieram ao longo dos anos se mostrando como uma solução de impacto social e econômico na vida de empreendedores imigrantes, dada a sua capacidade de articular e potencializar o capital social e cultural dessas pessoas.

Assim, alguns conhecimentos específicos da cultura local permitem que esses empreendedores se diferenciem e constituam um nicho no mercado local que promove emprego para seus pares étnicos, fornece produtos regionais para essa comunidade, atua como um ponto de socialização e aparece como uma opção cultural para o mercado, em que consumidores que desconhecem a cultura no nicho podem consumir e ter acesso como uma opção de lazer.

Entretanto, ainda que alguns aspectos desse processo tenham sido identificados no grupo de haitianos residentes em Maricá, as questões que tocam no desenvolvimento de negócios culturais e as próprias características da cultura haitiana não são exploradas em toda a sua potencialidade. A exemplo disso está a desarticulação deles como grupo, seja na ausência de encontros periódicos ou pela ausência de ações e empreendimentos que promovam a sua cultura. Ademais, dado o número de haitianos na cidade, seria possível que o início de negócios étnicos não só promovessem a oferta de empregos, mas também de lazer e socialização.

Dessa forma, o presente trabalho propõe uma agenda de ações a serem desenvolvidas para que se estimule a constituição do nicho étnico haitiano em Maricá, e são elas:

- 1) Promoção de encontros periódicos, principalmente para o mapeamento dos membros do nicho, como por exemplo, região onde moram, competências e atividades profissionais;

- 2) Capacitação e elaboração de um programa de educação empreendedora para que se promova um polo de cultura haitiana em Maricá e estimule o mercado local a partir de atividades, como: música, dança, alimentos, bebidas e artesanato;
- 3) Capacitação e elaboração de um programa de ensino da língua portuguesa; e
- 4) Orientação para a identificação de oportunidades no mercado local.

Pretende-se, dessa forma, contribuir para a transformação da realidade em que vivem os haitianos em Maricá, abrindo caminho para o desenvolvimento de um nicho étnico que possa orientar outras ações em diferentes partes do país, haja vista que estudos sobre imigração destacam um ângulo específico da questão, denotando o impacto positivo do empreendedorismo sobre a geração de renda e a mobilidade social. Além desse efeito, também seria possível fomentar um incremento dos laços étnicos e culturais e um senso de comunidade entre os indivíduos haitianos da região. Ademais, como uma etapa exploratória de um projeto de pesquisa mais amplo, considerou-se que as ações propostas permitem também o olhar para novas questões de pesquisa, além do aprofundamento e desenvolvimento de trabalhos sobre esse tema. Nesse sentido, a expansão deste campo na linha de pesquisa de empreendedorismo, enquanto área multidisciplinar, com a colaboração dos mais diversos estudiosos brasileiros, através de perspectivas da gestão, estratégias, mercados, comportamento de consumo, economias étnicas, seriam muito bem-vindas.

Referências

ACHIDI NDOFOR, Hermann; PRIEM, Richard L. Immigrant entrepreneurs, the ethnic enclave strategy, and venture performance. **Journal of Management**, v. 37, n. 3, p. 790-818, 2011.

ALDRICH, Howard E.; WALDINGER, Roger. Ethnicity and entrepreneurship. **Annual review of sociology**, v. 16, n. 1, p. 111-135, 1990.

ALIAGA-ISLA, Rocío; RIALP, Alex. Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: previous findings and ways forward. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 9-10, p. 819-844, 2013.

BARRETT, Giles A.; JONES, Trevor P.; MCEVOY, David. Ethnic minority business: Theoretical discourse in Britain and North America. **Urban studies**, v. 33, n. 4-5, p. 783-809, 1996.

BARTH, Fredrik. **Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture difference**. Waveland Press, 1998.

BRETTELL, Caroline B.; HOLLIFIELD, James F. (Ed.). **Migration theory**: talking across disciplines. Routledge, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **The Forms of Capital**. In handbook of theory and research for the sociology of education. Edited by: Richardson J., 1986.

BUTLER, John Sibley; HERRING, Cedric. Ethnicity and entrepreneurship in America: Toward an explanation of racial and ethnic group variations in self-employment. **Sociological Perspectives**, v. 34, n. 1, p. 79-94, 1991.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz. Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico. **Internext**, v. 11, n. 3, p. 78-94, 2016a.

Cruz, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz. Adaptação das teorias de empreendedorismo imigrante e enclave étnico no contexto de empreendedores nordestinos da Rocinha. **Revista ReGePe**, v. 5, n. 3, p. 116-143, 2016b.

DRORI, Israel; HONIG, Benson; WRIGHT, Mike. Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 5, p. 1001-1022, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

HALTER, Marylin. Cultura econômica do empreendimento étnico: caminhos da imigração ao empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 1, p. 116-123, 2007.

LIGHT, Ivan Hubert. **Ethnic enterprise in America**: Business and welfare among Chinese, Japanese, and Blacks. California, Univ of California Press, 1972.

LIGHT, Ivan; BONACICH, Edna. **Immigrant Entrepreneurs**. Berkeley. Cal.: University of California Press, 1988.

MA, Zhenzhong et al. An overview of contemporary ethnic entrepreneurship studies: themes and relationships. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 19, n. 1, p. 32-52, 2013.

MARIZ, Cecília L. Missão religiosa e migração: “novas comunidades” e igrejas pentecostais brasileiras no exterior. **Análise Social**, p. 161-187, 2009.

MARTES, Ana Cristina Braga; RODRIGUEZ, Carlos L. Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, n. 3, p. 117-140, 2004.

PORTES, Alejandro. The social origins of the Cuban enclave economy of Miami. **Sociological perspectives**, v. 30, n. 4, p. 340-372, 1987.

PORTES, Alejandro; ZHOU, Min. Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. **Ethnic and racial studies**, v. 15, n. 4, p. 491-522, 1992.

RATH, Jan; KLOOSTERMAN, Robert. Outsiders' business: A critical review of research on immigrant entrepreneurship. **International Migration Review**, p. 657-681, 2000.

ROCHA, Cristina; VASQUEZ, Manuel Arturo. **The diaspora of Brazilian religions**. Brill, 2013.

SALES, Teresa. A organização dos imigrantes brasileiros em Boston, EUA. **São Paulo em perspectiva**, v. 19, n. 3, p. 44-54, 2005.

SANTOS, Mauro Augusto dos et al. Migração: uma revisão sobre algumas das principais teorias. **Texto para discussão**, v. 1, n. 138, p. 1, 2010.

SPEARS, Russell; DOOSJE, Bertjan; ELLEMERS, Naomi. Self-stereotyping in the face of threats to group status and distinctiveness: The role of group identification. **Personality and social psychology bulletin**, v. 23, n. 5, p. 538-553, 1997.

STOCHERO, Tahiane. Entrada diária de haitianos triplica e quadro preocupa, diz governo do Acre. **G1**. 15 de janeiro de 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2014/01/em-7-dias-entrada-de-haitianos-triplica-e-acre-teme-tragedia.html>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

TERRA. **ONG**: mais de 50 haitianos ilegais entram no Brasil diariamente. 2013. Disponível em: <<https://noticias.terra.com.br/brasil/ong-mais-de-50-haitianos-ilegais-entram-no-brasil-diariamente,a1fdc1b721f02410VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>> Acesso em: 15 abr. 2017.

VELASCO, Clara; MANTOVANI, Flávia. Em 10 anos, número de imigrantes aumenta 160% no Brasil, diz PF. **G1**. Caderno de Economia, 25 de junho de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/06/em-10-anos-numero-de-imigrantes-aumenta-160-no-brasil-diz-pf.html>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

VILLEN, Patrícia. O trabalho forçadamente indocumentado e institucionalmente silenciado: a imigração dos “periféricos emergenciais” para o Brasil. **Revista da ABET**, v. 14, n. 2, 2016.

WALDINGER, Roger David; ALDRICH, Howard; WARD, Robin. **Ethnic entrepreneurs**: immigrant business in industrial societies. Sage Publications, Inc, 1990.

YING, Yu-Wen; LEE, Peter A. The development of ethnic identity in Asian-American adolescents: Status and outcome. **American Journal of Orthopsychiatry**, v. 69, n. 2, p. 194, 1999.

ZANELLA, E. **Cultura do Haiti**. 2014. Disponível em: <<http://haiticultura.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

ZHOU, Min. The role of the enclave economy in immigrant adaptation and community building: the case of New York's Chinatown. *Immigrant and minority entrepreneurship: building american communities*, p. 37-60, 2004.