

## Ressignificando o Empreendedorismo Feminino de Brasileiras na Alemanha à Luz de Martín-Barbero

### *Reinterpreting Brazilian Women's Entrepreneurship in Germany through the Lens of Martín-Barbero*

Eduardo Picanço Cruz<sup>a</sup>, Anna Paula Soares Lemos, Victoria Barboza de Castro Cunha, Roberto Pessoa de Queiroz Falcão.

<sup>a</sup>Universidade Federal Fluminense. E-mail: epicanco@id.uff.br.

**Resumo:** O presente artigo estabelece diálogo entre a história de vida de seis imigrantes brasileiras que saíram de contextos economicamente desfavorecidos e suas trajetórias empresariais na Alemanha. Os relatos foram coletados por meio de entrevistas em profundidade conduzidas remotamente pelo Google Meet e triangulados com dados extraídos de um questionário aplicado a 652 imigrantes brasileiros, participantes de grupos de Facebook das comunidades de expatriados na Alemanha, analisados com base na estatística descritiva. Os dados de natureza qualitativa foram analisados segundo o protocolo de Gioia, Corley e Hamilton (2013), à luz da teoria de meios e mediações de Martín-Barbero (1977). A grande discussão trazida por nossa análise remonta à centralidade incontestável que os meios tradicionais detêm ainda hoje na distribuição desproporcional de serviços voltados à educação ou à saúde em países subdesenvolvidos, o que implica em necessidades básicas insatisfeitas que reafirmam as trajetórias relatadas no eixo diacrônico, no qual o crescimento da desigualdade atomiza a sociedade, deteriorando os dispositivos de comunicação interna para alcançar uma coesão política e cultural no que vem de fora, isto é, no que vem do estrangeiro. Este trabalho contribui para melhor informar a construção de políticas públicas e culturais que façam frente aos efeitos dessocializadores do neoliberalismo, os quais impõem lógicas de mercado no processo de socialização entre membros de uma mesma comunidade étnica, porquanto passam a se ver como concorrentes, ao invés de fortalecerem suas mediações e as competências advindas destas na construção econômica e política da região de destino migratório.

**Palavras-chave:** Alemanha; Brasil; empreendedorismo feminino imigrante; netnografia; survey.

**Abstract:** This article establishes a dialogue around the life stories of six Brazilian immigrants who departed economically disadvantaged contexts and their entrepreneurial trajectories in Germany. The narratives were gathered through in-depth interviews conducted remotely via Google Meet and triangulated with data extracted from a survey administered to 652 Brazilian immigrants, participants in expatriate community Facebook groups in Germany, analyzed using descriptive statistics. Qualitative data were analyzed according to Gioia, Corley, and Hamilton's (2013) protocol, illuminated by Martín-Barbero's (1977) theory of media and mediations. The overarching discussion brought forth by our analysis points to the undeniable centrality that traditional media still hold today in the disproportionate distribution of services related to education or health in underdeveloped countries, resulting in unmet basic needs that reaffirm the trajectories described along a diachronic axis, wherein growing inequality atomizes society, deteriorating internal communication devices aimed at achieving political and cultural cohesion from within, i.e., from the foreigner. This work contributes to informing the development of public and cultural policies that address the desocializing effects of neoliberalism, which impose market logics on the socialization process among members

of the same ethnic community, leading them to perceive each other as competitors rather than strengthening their mediations and competencies derived from these in the economic and political construction of the migratory destination region.

**Keywords:** Germany; Brazil; immigrant female entrepreneurship; netnography; survey.

*Submetido em: 16/07/2024.*

*Aceito em: 15/10/2025.*

## 1 INTRODUÇÃO

O fenômeno da imigração brasileira para o exterior vem ganhando destaque, principalmente a partir de trabalhos inicialmente conduzidos nos Estados Unidos (Margolis, 2013; Martes, 2000). A frequente migração econômica dos brasileiros vem acontecendo em diversos países europeus (Bassanezzi, 2016; Martins Junior; Dias, 2013; Bogus; Santos *et al.*, 2010), sendo que os motivos para essa evasão do país incluem a falta de perspectivas de trabalho, as reclamações a respeito da violência cotidiana e a busca por uma educação de qualidade (Cruz *et al.*, 2020; Margolis, 2013; Martes, 2000; Sasaki, 1998). Tortato (2020), ao analisar dados das Declarações de Saída Definitiva registradas pela Receita Federal brasileira, destaca que em 2019 o número de pessoas que optaram por deixar o Brasil e se mudar definitivamente para o exterior foi mais que o dobro (crescimento de 125%) do montante registrado em 2013.

Mesmo diante de esforços de pesquisa recentes, ainda permanecem lacunas relativas ao entendimento dos mecanismos de criação de negócios e dos perfis empreendedores de brasileiras estabelecidas na Alemanha. Um maior enfoque nas questões de gênero envolvendo a imigração contemporânea brasileira para Europa pode ser exemplificado pelos trabalhos de Gomes (2018), Figueiredo (2020), Martins Junior e Dias (2013), Soares (2019), Soares e Lanes (2020). Já os que relatam o contexto específico de imigrantes brasileiros na Alemanha podem ser exemplificados pelos de Portuguezis (2016), a respeito dos imigrantes de origem italiana que trabalham em sorveterias alemãs, de

Carnicer (2019), com relatos de imigração estudantil; e de Batista, Ciscon-Evangelista e Tesche (2013), a respeito da identidade social de imigrantes que interagem em fóruns online. Nesse sentido, deve-se ainda buscar aprofundar-se a compreensão de particularidades relativas a aspectos de mobilidade internacional, trabalho, família e do empreendedorismo desse público.

Portanto, para condução do presente estudo, seis entrevistas em profundidade foram conduzidas com mulheres brasileiras empreendedoras, casadas com alemães, por meio das quais se aprofundou alguns aspectos da sua história de vida como sujeitos que saíram de contextos economicamente desfavorecidos e acabaram vendo na migração econômica uma forma de mobilidade social. Esses dados foram triangulados com os do perfil de imigrantes brasileiros na Alemanha, oriundos de uma coleta realizada por meio de questionário do tipo survey, com amostra de 652 respondentes de grupos de Facebook que congregam brasileiros na Alemanha, configurando uma pesquisa de cunho netnográfico (Kozinets, 2002).

A análise das entrevistas foi conduzida por meio da metodologia de análise qualitativa proposta por Gioia, Corley e Hamilton (2013), e mediante este conjunto de técnicas aplicadas, foi possível estabelecer diálogos e pontes interpretativas que nortearam a análise.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 Emigração brasileira para a Europa e Alemanha

O movimento migratório da diáspora brasileira para Europa vem tomando forma desde os anos 1980, impulsionado por crescentes crises econômicas e políticas, assim como pela busca de cidadania europeia por parte de indivíduos da classe média (Falcão; Cruz; Raatz, 2021). Diversos trabalhos têm retratado esse fluxo migratório, com suas histórias de sucesso, frustrações, motivações, fatores de atração e repulsão para o Reino Unido (Evans *et al.* 2011; Martins Junior; Dias, 2013) e Portugal (Barbosa; Lima, 2020; Coutinho; Oliveira, 2010; Cruz *et al.*, 2020; Igreja; Peixoto, 2011;). Um ponto a ser enfatizado é que diversos artigos evidenciam aspectos de cunho antropológico e sociológico relativos à emigração, o que talvez crie uma lacuna a ser suprida por estudos que se atentem a aspectos mais gerenciais, como questões relativas ao trabalho, empreendedorismo e até referentes aos aspectos de consumo de comunidades oriundas da diáspora de imigrantes. Os poucos estudos que relatam o percurso migratório, o cotidiano de imigrantes brasileiros na Alemanha, por exemplo, retrata a imigração cíclica de sorveteiros ítalo-brasileiros (Portuguesis, 2016), o relato do caso da brasileira, moradora de comunidade que vai estudar na Alemanha (Carnicer, 2019), e o estudo da identidade social de imigrantes que se vale da interpretação de postagens em fóruns online (Batista; Ciscon-Evangelista; Tesche, 2013).

O requerimento de dupla cidadania é apontado como uma recorrente estratégia de imigração para Europa por parte dos brasileiros (Portuguesis, 2016), quer seja devido à sua origem étnica italiana, portuguesa ou alemã. Esses indivíduos muitas vezes nem falam o idioma alemão, tampouco o italiano. Em outro extremo, há os brasileiros e brasileiras que não reivindicam cidadania por ancestralidade, mas por casamento, sendo o caso de

muitas mulheres que emigram para Alemanha e até Suíça, após conhecerem e se relacionarem com alemães ou suíços (Figueiredo, 2020; Gomes, 2018; Martins Junior; Dias, 2013; Soares, 2019; Soares; Lanes, 2020).

Um ponto a ser ressaltado relativo à assimilação cultural dos brasileiros no exterior são os aspectos que envolvem o que fora levantado por Piscitelli (2008), a respeito da tradução cultural, configurando-se uma posição subalterna ocupada pelos brasileiros em suas relações transnacionais, ponto também apontado por Margolis (2013) nos EUA. Dado que há poucas pesquisas relacionadas ao fenômeno de coexistência interétnica entre brasileiros e alemães (por exemplo, Costa, 2012), os relatos dos imigrantes da pesquisa de Portuguesis (2016) acabam por desvelar a diferença relativa entre as expectativas romantizadas e a realidade do trabalho na Alemanha (em geral de longas jornadas de trabalho e de condições precárias de moradia). A barreira linguística também é apontada como dificuldade, acentuada pela falta de tempo hábil para frequentarem um curso de idiomas devido às jornadas de trabalho intensas. No entanto, sabe-se que o Governo Alemão promove capacitações para aprendizagem da língua e profissionalização dos imigrantes (Cruz *et al.*, 2021).

### 2.2 Ressignificando a trajetória migratória de brasileiras na Alemanha

No tocante ao entendimento da migração brasileira para Alemanha, alguns estudos são úteis, como o de Tedesco (2014), que buscou entender as dimensões que perpassam o matrimônio entre brasileiro(a)s e alemães, ou mesmo o de Batista, Ciscon-Evangelista e Tesche (2013), cujos objetivos específicos incluíam enunciar a concepção de ser um imigrante brasileiro residente na Alemanha, analisar o espaço que a cultura brasileira ocupa no cotidiano dessas pessoas e analisar como

a cultura alemã se interpõe na construção de seu processo identitário. O segundo estudo evidencia tanto as diferenças relativas aos padrões de beleza do Brasil versus Alemanha — sobretudo no quesito massa corporal —, quanto as diferenças no atendimento ao consumidor — o alemão bem menos atencioso do que o brasileiro —, além das barreiras linguísticas, geradoras de discriminação quer pela forma como os brasileiros se expressam ou como se comportam — calor humano, fatores culturais, respeito às leis e pontualidade.

Os elementos apontados evidenciam uma distância psíquica e cultural (Sousa; Bradley, 2006) entre brasileiros e alemães, o que poderia se refletir em dificuldades de assimilação. No entanto, Batista, Ciskon-Evangelista e Tesche (2013) verificaram uma aproximação maior de alguns brasileiros aos costumes alemães, o que pode revelar estratégias pessoais de adaptação, a fim de possibilitar uma assimilação econômica, matrimonial, acadêmica ou profissional, ou ainda reagir à discriminação racial ou de gênero. Outros trabalhos que complementam o aporte teórico acima são as dissertações de mestrado de Torres (2017), intitulada “Brasileiros na Alemanha: processos de adaptação, estresse e resiliência”, e a de Haemer (2017), intitulada “Aprendizagem (in)formal de profissionais alemães no Brasil e brasileiros na Alemanha”.

No primeiro caso, a dissertação teve como objetivo identificar quais aspectos relativos ao contexto migratório eram percebidos como elementos geradores de estresse ou promotores de resiliência, favorecendo a adaptação (ou não) de imigrantes brasileiros residentes na Alemanha. Utilizando-se de métodos mistos, numa primeira etapa quantitativa que apontou para uma correlação negativa entre estresse e resiliência, mediante a aplicação dos testes PSS14 para estresse e CD-RISC para resiliência em 111 brasileiros sediados no país; a segunda etapa qualitativa, realizada com 113 participantes

por meio de entrevista on-line, indicou que os imigrantes encontraram como principais desafios para se adaptar no país o uso do idioma, a cultura, o clima e a interação com os alemães. Já no segundo caso, a dissertação de Haemer (2017) enumerou os fatores de aprendizagem que corroboram a inserção profissional de brasileiros e alemães expatriados. Dentre esses, destacam-se as atribuições do dia a dia do trabalho, as relações sociais, a dificuldade de aprendizagem linguística, e a adaptação familiar de maneira geral. Num segundo momento, foram incluídos na amostra 23 imigrantes alemães residindo no Brasil, para fins comparativos, o que possibilitou entrever que não houve diferenças entre as práticas de aprendizagem adotadas por cada grupo em suas estratégias de aculturação.

Diante de tais achados, mesmo em face a contextos de imigração diversos, vale ressaltar que há diferentes formas de representação de identidades sociais que são experimentadas de maneira simultânea através dos variados tipos de mobilidades, sobretudo a geográfica e social e, nesse sentido, marcadores como gênero, classe, raça, sexualidade, deficiência, nacionalidade e religião também exercem interferência sobre as trajetórias migrantes e se inter cruzam na compreensão dos constructos de carreira e empreendedorismo no exterior (Fraga; Rocha-de-Oliveira, 2020). Assim, a desigualdade não seria redutível a apenas um eixo de diferença (McDonald, 2016), uma vez que a migração por si só envolve a intersecção de raça, etnia, cultura, condições econômico-sociais e escolaridade, a qual pode gerar desigualdades nos ambientes de trabalho (Berry; Bell, 2012) ou mesmo barreiras ao empreendedorismo (Casado; Falcão; Cruz, 2021; Collins; Low, 2010). Nesse âmbito, a dinâmica das relações sociais revela os mecanismos pelos quais age o capital social dos expatriados (Bourdieu, 1986), ao extrapolar categorias de classe fixas pré-definidas e romper a hierarquização de diversos tipos de opressões (Hirata,

2018) no cenário estrangeiro, provando-se de grande importância para a discussão teórica ensejada neste trabalho, dado que há um grande contingente migratório oriundo de classes menos privilegiadas que se movem para outros países em busca de melhores oportunidades profissionais (Portes; Zhou, 1992) que muitas vezes não recebe a mesma atenção dos estudos acadêmicos relativos ao empreendedorismo.

## 2.3 Dos meios às mediações

Optou-se por selecionar um aporte teórico-metodológico interdisciplinar com as teorias da comunicação e da cultura para a análise das entrevistas em profundidade — o diagrama de Meios e Mediações de Martín-Barbero (1997) —, a fim de guiar a interpretação dos seis relatos gravados nesta pesquisa (ver Figura 1). Vale citar a visão epistemológica e metodológica do diagrama proposta por Lopes (2018), que discorre acerca dos vários mapas metodológicos das mediações que foram cartografados, acompanhando as mudanças históricas das relações entre comunicação e sociedade, o que tem levado ao aperfeiçoamento da teoria das mediações. Neste estudo, a autora dá a ver os três mapas feitos por Martín-Barbero — do final dos anos 80, final dos anos 90 e 2010, respectivamente — que apontam para uma noção sempre em movimento do conceito de mediação que nunca é fixo, pois leva em conta as transformações da sociedade. A inovação do referido teórico da comunicação e antropólogo está em deslocar o olhar para as mediações sociais possíveis, ao contrário do que se fazia até o final dos anos 80, que era perpetuar um olhar fixo sobre os meios da comunicação e sua influência, extrapolando os estudos da comunicação para a interlocução com outras áreas. Destarte, é possível entender que o estudo da comunicação pelo viés das mediações sociais e da língua enquanto competência de recepção servirá para uma análise mais ampla de

contextos em que a interseccionalidade prevalece — a exemplo do que ocorre no fenômeno migratório —, privilegiando o diálogo interdisciplinar entre cultura, política, comunicação e empreendedorismo.

Assim sendo, dentre os três mapas propostos por Barbero, optamos por utilizar a clássica cartografia do final dos anos 90, mais articulada com a visão e aplicabilidade antropológica do autor e mais propícia às observações das histórias de vida dos imigrantes. O último diagrama, proposto em 2010, estabelece um estudo das temporalidades, espacialidades e fluxos com a chegada das tecnologias digitais, navegações virtuais e internet, o que não se aplicaria aqui tão diretamente.

**Figura 1** – Diagrama de meios e mediações



Fonte: adaptado de Martín-Barbero (edição de 2018, p.15).

Por meio do diagrama do final dos anos 90, “é possível operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que relaciona comunicação, cultura e política, impondo-se como uma dimensão da articulação entre produtores, mídia, mensagens, receptores e cultura” (Lopes, 2018, p. 54). Ele apresenta dois eixos, um diacrônico e um sincrônico. Observa-se que o eixo diacrônico é um eixo de longa duração, pois envolve as matrizes culturais e os formatos industriais, e o eixo sincrônico, em que estão as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção



e Consumo, é mediado por aspectos da institucionalidade, da tecnicidade, da socialidade e da ritualidade que estabelecem variadas interseções com o eixo diacrônico na vida social, cultural, religiosa, política e econômica. Observando o movimento do diagrama por suas mediações, Martín-Barbero (1997) dá a ver que o trânsito da Matriz Cultural de um ator social para as Lógicas de Produção cria – no deslocamento em etapas da recepção, resistência e apropriação – as suas institucionalidades; que das Lógicas de Produção aos Formatos Industriais, criam-se as suas tecnicidades; dos Formatos Industriais às Competências de Recepção, as suas ritualidades; e das Competências de Recepção (Consumo) no retorno a sua Matriz Cultural, as suas socialidades.

Em prefácio ao livro, o também teórico da cultura Nestor Garcia Canclini (apud Martín-Barbero, 1997) observa que:

Nas 'solidariedades duradouras e personalizadas' da cultura de bairro e dos grupos artísticos, nos grafites e na música jovem, nos movimentos de mulheres e de populações pobres, [Martín Barbero] vê as fontes de uma 'institucionalidade nova, fortalecendo a sociedade civil.' (Martín-Barbero, 1997, p. 12 e 13)<sup>1</sup>.

No entanto, Canclini reitera, ao dialogar com o que escreve Martín-Barbero (1997, p. 13), que “esses grupos também reproduzem hierarquias e estereótipos injustos da cultura hegemônica”, mas que, ao conhecermos seus hábitos, apropriações e formas próprias de organização social e cultural cotidiana, é possível renovar a análise das ciências sociais por aquilo que escapa aos métodos estruturados da coleta de dados, quais sejam, as histórias de vida. É nesta medida, que se traz, como aporte teórico, textos das Ciências Humanas e Aplicadas que destacam o “território da subjetividade” (Rodrigues, 2019) dos relatos orais e o exercício da “escuta plena”<sup>2</sup> (Benjamin, 1994) do pesquisador, o qual perceberá diferenças individuais nas

redes que propõe. Para Portelli (2010), o principal paradoxo da história oral e das memórias é, de fato, compreender que as fontes são pessoas, não documentos. Assim, a motivação para narrar consiste em expressar o significado da experiência através dos fatos; recordar e contar já é interpretar. A subjetividade, o trabalho através do qual as pessoas constroem e atribuem o significado à própria experiência e à própria identidade, constitui por si mesmo o argumento<sup>3</sup>.

### 3 METODOLOGIA

A presente pesquisa foi realizada por meio de uma estratégia multi-métodos (Hunter; Brewer, 2015), sendo sua etapa inicial qualitativa (entrevistas em profundidade), seguida por uma etapa quantitativa, onde foram confrontados os aspectos que emergiram das entrevistas com o perfil dos imigrantes brasileiros estabelecidos na Alemanha. Na fase qualitativa, alguns aspectos da história de vida foram enunciados, enfocando determinado perfil de imigrante brasileiro com atividades empreendedoras – as mulheres que saíram de contextos economicamente desfavorecidos.

#### 3.1 Entrevistas em profundidade

Entre janeiro e fevereiro de 2021, foram conduzidas 31 entrevistas em profundidade através de videoconferência na plataforma Google Meet, por meio da técnica de amostragem “bola de neve” (Atkinson; Flint, 2001), por meio da qual um respondente indica outros de sua rede de relacionamento. O primeiro entrevistado era um líder comunitário local que me indicou outros dois entrevistados com bastante visibilidade dentro da comunidade empresarial: um deles, foi a entrevistada 5.

As entrevistas foram realizadas segundo a conveniência dos entrevistados em seus locais de moradia ou de trabalho, ficaram gravadas e posteriormente foram

transcritas integralmente, tendo durado cerca de 1 hora e 10 minutos cada, gerando um total de 2170 minutos de gravação e 217 páginas de transcrição.

O roteiro de entrevistas possuía quatro seções, destinadas a explorar: (i) as experiências migratórias dos participantes; (ii) sua qualificação, emprego e empreendedorismo antes e depois da saída do Brasil; (iii) sua experiência no processo de abertura da empresa no país de destino; e (iv) informações relacionadas ao marketing e a estratégia dos negócios.

Das 31 entrevistas, 23 foram conduzidas com mulheres imigrantes brasileiras empreendedoras e as demais com homens. Com vistas a facilitar o processo de análise, foram selecionados seis casos sendo cinco com perfis muito semelhantes (que saíram de contextos economicamente desfavorecidos) e uma outra de perfil distinto para apresentar um contraponto.

A análise foi realizada após a transcrição integral das entrevistas. Os elementos textuais foram analisados seguindo as indicações de Gioia, Corley e Hamilton (2013), em sua abordagem indutiva sistemática para o desenvolvimento de conceitos. Seguindo esse protocolo, os pesquisadores inicialmente descobriram padrões nos dados, realizando uma etapa preliminar de codificação, o que permitiu aprofundar os conceitos e as relações, formulando-os em termos teoricamente relevantes, relacionados aos significados do empreendedorismo para brasileiras oriundas de contextos economicamente menos favorecidos, estabelecidas na Alemanha. Esse protocolo possibilitou o critério científico de apresentação de evidências de forma sistemática, impondo rigor qualitativo, ao mesmo tempo em que evidenciava os conceitos e conexões emergentes entre os dados. Os resultados obtidos foram posteriormente comparados com a literatura recente sobre os significados do empreendedorismo feminino imigrante, a

fim de atingir os objetivos da pesquisa e contribuir para o avanço da área.

O protocolo de análise realizado seguiu, portanto, as quatro etapas propostas por Gioia, Corley e Hamilton (2013): (i) análise de primeira ordem – esta etapa inclui a busca de termos centrados no informante, cujas categorias são destiladas em outras de segunda ordem; (ii) análise de segunda ordem – na qual se buscou fundir algumas categorias a partir de semelhanças e diferenças entre elas; (iii) estabelecimento de rótulos ou descritores frasais, gerando dimensões agregadas; (iv) construção de um diagrama de estrutura de dados – depois de completar o conjunto completo de codificação de primeira e segunda ordem de temas e dimensões agregadas, cria-se um diagrama analítico<sup>4</sup>.

### 3.2 Questionários da *survey*

Visando triangular os dados das entrevistas para se complementar a análise dos significados, optou-se por evidenciar o perfil dos imigrantes brasileiros na Alemanha. Nesse sentido, fez-se necessário: (i) identificar seu perfil socioeconômico; e (ii) buscar descortinar tanto fatores motivacionais, quanto aspectos relativos à sua assimilação e vida no país de acolhimento.

Nesta segunda etapa da pesquisa obteve-se um panorama do perfil dos imigrantes brasileiros na Alemanha, por meio de uma *survey* aplicada a uma amostra significativa. O questionário foi divulgado nos maiores grupos do Facebook que congregam brasileiros no país, por exemplo “Brasileiros na Alemanha – Deutsche in Brasilien”, “Brasileiros na Alemanha”, “Brasileiros e Brasileiras em Berlim”, “Trabalho/Emprego na Alemanha”, “Brasileiros em Hamburg /Deutschland”, além de outros que totalizavam 19 grupos, ultrapassando um total de 190.000 membros cadastrados na época da coleta de dados. Vale ser ressaltado que os grupos sofreram

moderação dos administradores, os quais, em geral, aceitaram que a pesquisa fosse conduzida em sua comunidade, sendo também solicitado apoio aos membros mais ativos dos grupos por meio de contatos diretos e mensagens exclusivas.

Com base nas últimas estatísticas oficiais do Ministério das Relações Exteriores – MRE (Brasil, 2020), as quais apontam para uma população de 85.272 imigrantes – somando-se ao fato de que imigrantes em situação irregular não estão incluídos nas estatísticas oficiais e há uma defasagem de dois anos –, buscou-se estimar um número base de população a ser trabalhada para um cálculo amostral mínimo, chegando-se a uma estimativa de 170.544 brasileiros na Alemanha. Arbitrou-se também para o cálculo amostral um nível de confiança de 95% e margem de erro de 4%, chegando-se a um tamanho de amostra mínimo para brasileiros na Alemanha de 599 indivíduos, para se ter significância estatística (Hair *et al.*, 2006; Kotrlik; Higgins, 2001). A amostra é descrita em mais detalhes na seção de Resultados (Tabela 2), sendo ela de caráter não probabilístico, por conveniência, e definida por acessibilidade.

Para atingir o mínimo de amostra (n=599), os questionários ficaram disponíveis nos grupos de brasileiros na Alemanha por nove meses, chegando-se a

652 respondentes após a coleta (ver Tabela 2). O roteiro do questionário contava com 15 perguntas fechadas e quatro abertas a respeito do perfil socioeconômico do respondente. Além disso, propunha cinco questões abertas sobre a vida do brasileiro no exterior: “Por que deixou o Brasil?”, “Por que a Alemanha te atraiu?”, “Qual é o seu propósito na Alemanha?”, “Quais as principais dificuldades enfrentadas quando chegou?” e “Quais as principais dificuldades enfrentadas HOJE?”. Foi utilizada apenas a estatística descritiva para a análise dos dados oriundos da *survey*, apresentados na seção dos resultados por meio de tabelas e gráficos.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 Perfil das entrevistadas

O presente trabalho fez parte de um estudo maior, que buscou evidenciar as características da imigração brasileira para Alemanha e suas atividades empreendedoras. A seguir, apresenta-se a Tabela 1, contendo dados do perfil original dos 31 respondentes das entrevistas em profundidade, de onde extraíram-se as seis entrevistas de brasileiras imigrantes oriundas de contextos economicamente desfavorecidos.

**Tabela 1** – Perfil sociodemográfico das 31 entrevistadas

Sexo	Masculino: 25,8%		Feminino: 74,2%	
Idade Média	43 anos e 8 meses			
Estado civil	Casado: 96,8%		Solteiro: 3,2%	
Era empresário no Brasil	Não: 54,8%		Sim: 45,2%	
Qual porte do negócio	Microempresa: 38,7%	Pequena empresa: 45,2%	Média empresa: 16,1%	
Nível educacional (BR)	Ensino Básico: 6,5%	Ensino Médio: 22,6%	Ensino superior: 67,7%	Pós-graduação: 3,2%



Tempo médio no país	15 anos e 10 meses	
Relatou casos de desconfiança ou denúncia entre brasileiros?	Não: 19,4%	Sim: 80,6%
Relatou ter parceiros de negócios brasileiros?	Não: 41,9%	Sim: 58,1%

Fonte: : dados da pesquisa.

Visando identificar a dispersão geográfica dos indivíduos entrevistados, na Figura 2 apresenta-se um mapa das localidades de moradia.

**Figura 2 – Entrevistas por localidade**



Fonte: elaborado pelos autores.

Já para a realização da análise do presente estudo, optou-se pelo seguinte extrato de entrevistadas, oriundas de contextos economicamente menos favorecidos, estabelecidas na Alemanha conforme apontado na Tabela 2.

**Tabela 2 – Perfil das entrevistadas selecionadas**

	E2	E5	E8	E11	E12	E19
Idade	48	66	34	52	55	37
Estado civil	Casada	Casada	Casada	Casada	Casada	Casada
Era empresária no Brasil	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim

Qual tipo de negócio	Fotografia	Alocação de visitantes para feiras	Fotografia	Editora	Salão	Curso de culinária – ervas
Qual porte do negócio	Pequeno	Médio	Micro	Micro	Pequeno	Micro
Local de origem (Brasil)	Itabuna – BA	Firmino Alvez – BA	São João de Meriti – RJ	Salvador – BA	Feira de Santana – BA	Camaçari – BA
Nível educacional (BR)	2º grau	Letras	Médio-técnico de enfermagem	2º grau	2º grau	N/A
Nível educacional (ALE)	Nenhum	Nenhum	Nenhum	Graduação Educação	Técnico (cabeleireiro)	Nenhum
Tempo na Alemanha	24 anos	40 anos	12 anos	26 anos	15 anos	11 anos
Relatou casos de desconfiança ou denúncia?	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Local da Empresa	Munique	Dusseldorf	Maisach	Munique	Munique	Oettingen

Fonte: dados da pesquisa.

#### 4.2 Perfil sociodemográfico dos imigrantes brasileiros na Alemanha

Os dados a seguir serviram para triangulação de fontes, assim, apresenta-se o perfil sociodemográfico dos imigrantes brasileiros (n=652) que responderam ao questionário da *survey* na Tabela 3.

**Tabela 3 – Perfil do imigrante brasileiro na Alemanha**

Idade		Como chegou na Alemanha?		Quanto tempo pretende ficar?	
Até 20	1,4%	Com visto de estudante	13,8%	Entre 1 e 5 anos	30,4%
21 a 30	31,1%	Com visto de trabalho	17,5%	Mais de 5 anos – pretendendo voltar	13,7%
31 a 40	39,8%	Com visto de turista	23,5%	Menos de 1 ano	70,0%
41 a 50	19,3%	Já tinha cidadania europeia	16,3%	Para sempre	45,2%
Mais de 51	8,5%	Para reivindicar cidadania – direto para a Alemanha	20,1%	Não sei	32,0%
		Para reivindicar cidadania – primeiro em outro país	20,3%		
		Europeu			
Sexo		Visto de <i>au pair</i>	20,1%	Onde se formou?	
Masculino	24,4%	Visto de reunião familiar	22,4%	Universidade privada do Brasil	46,4%

Feminino	76,9%			Universidade pública do Brasil	47,8%
		<b>Formação</b>		Em universidade no exterior	50,8%
<b>Tempo na Alemanha</b>		Ensino médio	17,5%	<b>O que está fazendo atualmente?</b>	
Menos de 1 ano	25,3%	Ensino fundamental	3,5%	Buscando oportunidades para abrir um negócio	2,1%
Entre 1 e 4,9 anos	44,1%	Graduação	49,1%	Buscando oportunidades para trabalhar	7,2%
Entre 5 e 9,9	13,5%	Pós-Graduação - Lato Sensu	80,8%	Cuidando da casa e/ou da família	12,0%
Mais de 10 anos	18,3%	Mestrado	19,3%	É empresário	3,8%
<b>Pensa em abrir um negócio?</b>		Doutorado	1,8%	Fazendo turismo	0,2%
Não	49,1%	<b>Como está morando atualmente?</b>		Só estudando	16,0%
Sim	50,9%	Alojamento fornecido pelo trabalho/casa do contratante	1,8%	Só trabalhando	39,6%
		Com a família	70,7%	Trabalhando e estudando	18,7%
		Dividindo apartamento com amigos	12,9%	Vivendo de renda	0,5%
		Sozinho	14,6%		

Fonte: dados da pesquisa.

A amostra dos respondentes do questionário teve uma predominância de mulheres (75,7%, n=488) e de respondentes de perfil mais jovem, estando 39,8% deles entre 31 a 40 anos, denotando uma faixa economicamente ativa, e corroborando com estudos similares com brasileiros no Canadá, Austrália, Portugal e Estônia (Casado et al., 2022; Cruz; Falcão; Raatz, 2021; Cruz et al., 2021; Cruz et al., 2020; Falcão et al., 2021; Falcão et al., 2022). Outros estudos com imigrantes brasileiros também apontam para um perfil jovem, como o de Tashima e Torres (2016), realizado no Japão, Masanet e Santos (2018), na Espanha e o de Siqueira et al. (2017), nos EUA e Portugal, sugerindo que o perfil encontrado na Alemanha acompanha a mesma realidade do atual perfil da emigração brasileira.

Além desse fato, a predominância feminina corrobora com o trabalho de Queiroz, Cabecinhas e Cerqueira (2020), o qual destaca a inserção de mulheres jovens (faixa etária de 20 a 40 anos), a apesar dos preconceitos sofridos pelos estereótipos das mulheres imigrantes brasileiras. As referidas autoras apontam para inserção das mulheres no mercado laboral sobretudo em funções de limpeza, de cuidadoras de crianças e de idosos, bem como outros serviços relacionados à domesticidade. No entanto, dado o elevado nível de escolaridade da amostra da presente pesquisa, visto que, majoritariamente, as respondentes detêm graduação completa (51,2%) e uma considerável parte é detentora de diploma de pós-graduação (34,9%), provavelmente a amostra distancia-se de mulheres que se ocupam de funções de limpeza, de cuidadoras de crianças e idosos.

Ademais, outro ponto que chama atenção são as respostas à pergunta aberta “Quais as principais dificuldades enfrentadas quando chegou?”. O fato é que nenhum respondente destacou sofrer preconceitos, sendo as principais dificuldades relatadas sendo o idioma, o clima da região, a burocracia e a adaptação à cultura alemã. Por sua vez, ao se investigar a pergunta “Por que deixou o Brasil?”, foram categorizados sete motivos: (i) casamento com um alemão (ou outro europeu); (ii) acompanhar o marido expatriado; (iii) buscar melhor qualidade de vida para os filhos; (iv) descontentamento com o Brasil; (v) para trabalhar; (vi) para estudar; e (vii) buscar melhor qualidade de vida (para si).

Portanto, o motivo preponderante foi o primeiro (matrimônio), contemplando 27% das respostas. Exceto pelo terceiro motivo (melhor qualidade de vida para os filhos), todos os demais variaram entre 10% e 16% de respostas. Nesse sentido, Brettell (2017) promove o debate sobre a migração matrimonial, registrando que essa está intimamente ligada aos processos de globalização e que estudar as conjunturas de casamento e migração ilumina os preconceitos e estereótipos de gênero inerentes às categorias analíticas, mas também às políticas que fomentam casamentos de conveniência ou que promovem o multiculturalismo.

Uma triangulação com dados do Escritório Federal de estatísticas alemão (Statistisches Bundesamt, 2020) mostra que, dos 1170 pedidos de cidadania por brasileiros aceitos pelo governo local em 2018 (último ano com informações disponíveis), 860 (73,5%) foram concedidos a mulheres.

## 5 DISCUSSÃO

Observa-se, nesse grupo migratório de seis mulheres<sup>5</sup>, como elas constroem e atribuem significado a seus relatos, dando a ver suas próprias identidades e vida pessoal (Matriz Cultural) relacionadas aos

formatos industriais, portanto, o eixo diacrônico e de longa duração do diagrama de meios e mediações de Martín-Barbero (2018).

### 5.1 Descrição dos casos selecionados

O primeiro caso é de uma empreendedora que nasceu na Bahia, mas foi criada por uma família com boas condições na cidade de São Paulo. Teve boa educação e fez três cursos profissionalizantes, um de correspondência europeia, para aprendizagem da língua francesa, espanhola, alemã e inglesa. Foi para a Alemanha para cuidar dos filhos das irmãs, que já moravam lá. Continuou estudando idiomas e passou por alguns países da Europa. Voltando à Alemanha, trabalhou por algum tempo. Teve alguns problemas familiares e foi morar com uma amiga. Ficou sem recursos financeiros e procurou um emprego de garçonne em um restaurante brasileiro, além de fazer serviços de baby-sitter.

O segundo caso é de uma empreendedora que também nasceu na Bahia. Teve boa educação, trabalhou na Varig, foi para a Inglaterra aprimorar o inglês e voltou para trabalhar como freelancer em agências de turismo. No Brasil, começou a trabalhar com feiras que eram organizadas periodicamente na Alemanha, fazendo prospecção de clientes. Ficou encantada com uma feira de panificação (então desconhecida no Brasil) e conseguiu reunir uma rede de pessoas interessadas em participar do evento. Nesse momento, decidiu partir para o evento com seu grupo de brasileiros, retornando ao Brasil apenas por ter recebido uma oferta de cargo efetivo na empresa onde trabalhava como freelancer. Em pouco tempo de volta ao país, conheceu o marido alemão através do trabalho e da rede de contatos profissional que criara em sua estadia na Alemanha, e desde então foi residir no país, abrindo um negócio no ramo de hospedagem para

recepcionar os clientes que iam para as feiras organizadas pela antiga empresa empregadora. Em seu relato, a empreendedora também menciona ter trabalhado como baby-sitter em troca de teto, comida e visto para permanecer no país.

O terceiro caso é de uma empreendedora nascida na Baixada Fluminense (região metropolitana do Rio de Janeiro). Ela se formou técnica de enfermagem e trabalhava como cuidadora de idosos. Não pensava em sair do Brasil, até que conheceu o atual esposo (alemão) pela internet. Ele veio conhecê-la no Brasil e, em seguida, ela foi para a Alemanha para ver se iria se adaptar. Chegou em Munique e ficou por dois anos, quando se mudou para uma outra cidade por conta do nascimento da filha.

O quarto caso é de uma empreendedora que nasceu em Salvador (BA) e chegou a completar o Ensino Médio. Trabalhava em uma empresa de pesquisa como freelancer. Juntou dinheiro com o trabalho e se inscreveu em um curso de alemão. O curso promovia um encontro entre pessoas da Alemanha e brasileiros. Um professor desse curso a convidou para trabalhar em um albergue na Alemanha, com visto de trabalho. Devido à crise financeira no Brasil à época de sua partida, acabou optando por ficar no exterior e conheceu o marido (alemão) alguns anos mais tarde.

O quinto caso é de uma empreendedora que nasceu em Salvador (BA), morou até os 16 anos em sua cidade natal e posteriormente foi para o Rio de Janeiro viver na casa de uma tia. Aos 27 anos foi morar em São Paulo. Fez curso de cabeleireira e abriu seu pequeno negócio em São Paulo. Juntava dinheiro e visitava as irmãs que moravam na Europa. As dificuldades de ser empresária no Brasil e as possibilidades que percebia nas viagens à Europa geraram o desejo de se mudar para lá e abrir um salão, mesmo sem saber

falar alemão, ou mesmo inglês. Recebeu um convite de um brasileiro para trabalhar em um salão na Alemanha, aceitou, e em seguida acabou ficando com o salão para ela.

O sexto caso é de uma empreendedora que nasceu em Camaçari (BA), em um ambiente de dificuldades. Teve um filho aos 16 anos e, dois anos depois, ficou viúva. Batalhou para manter sua família, abrindo um pequeno bar em um centro comercial. Foi convidada a trabalhar por um tempo fazendo limpeza em um restaurante na Espanha e se encantou com a vida na Europa. Voltou para o Brasil, conheceu o futuro marido (alemão) em Salvador e foi morar lá com o filho.

## **5.2 Análise dos casos segundo o diagrama de meios e mediações de Martín-Barbero (2018)**

Pelo viés do eixo diacrônico (MC – FI)<sup>6</sup>, observa-se uma vida de imigrante que as leva a empreender inicialmente não para o crescimento do seu negócio, mas para o seu sonho: morar fora do Brasil e melhorar de vida. Uma qualidade de vida não encontrada facilmente para muitas delas, principalmente as que se reconhecem em grupos periféricos e de certa invisibilidade étnica. “Mulheres negras e de periferia”, dizem cinco delas, “têm pouca chance de crescer financeira e profissionalmente no Brasil”. No grupo que selecionamos, apenas uma (ver relato de E5) era branca e seu impulso para a imigração difere das outras cinco, uma vez que ela chega à Alemanha para trabalhar e decide ficar. As demais passam por algum tipo de dificuldade tanto no Brasil quanto em sua adaptação na Alemanha. Veja o que os relatos revelam sobre suas Matrizes Culturais (ver Tabela 2 para referência).



Tabela 4 – Primeiros relatos

Entrevistada	Relato
E2	<p>Eu nasci em Itabuna (BA) e cresci em São Paulo (SP). [...] Minhas irmãs moram aqui, e eu tive esse meio de ajudar elas. Elas trabalhavam e eu podia cuidar das crianças delas na época. [...]</p> <p><b>Desde o momento em que você começa a pensar em morar com suas irmãs até sua saída, quanto tempo demorou?</b></p> <p><b>E2:</b> Demorou, <b>eu morava com minha mãe de criação</b>. Eu voltei para o Brasil, fiquei 1 ano, não tinha terminado os cursos de língua aqui. E ela [a mãe de criação] me ajudou a decidir, e optei por ficar aqui, tentar a vida aqui. Na época <b>tive uns problemas familiares com meu cunhado</b> e decidi morar com minha amiga. Por isso eu tive que arrumar outros trabalhos. <b>Como minha irmã me ajudava, eu fiquei sem recurso financeiro</b>. Então procurei um emprego de garçoneiro em um restaurante brasileiro, fiz serviços de <i>baby-sitter</i> e continuei.</p>
E5	<p>O meu primeiro emprego foi na VASP, no departamento de reservas em São Paulo. Trabalhei cinco anos lá. Depois fui para a Inglaterra aprimorar meu inglês... Voltei [para o Brasil] e comecei a trabalhar como <i>freelancer</i> em agência de turismo, vendendo pacotes de viagens até que um ex-chefe meu da VASP estava na Lufthansa e perguntou se eu gostaria de trabalhar como as feiras da Alemanha no Brasil. Aí eu falei: “mas de feira, eu não conheço nada”. Aí ele falou: “passa no escritório que a gente te explica”. Então, lá na Lufthansa, ele me mostrou todas as feiras. A Lufthansa, na época, era a única companhia aérea que vendia as feiras internacionais da Alemanha. Ele me explicou tudo direitinho e me deu uma mesinha com telefone, na época um Telex 1978, e uma carteira de clientes que eu, como <i>freelancer</i>, junto com a Câmara de Comércio Brasil e Alemanha, deveria fazer a prospecção para as feiras na Alemanha. E dentre as feiras que eles visitaram, tinha um prospecto muito bonito com uns biscoitinhos, pães... E eu falei: “ah, eu gostaria de trabalhar nesta feira”. Aí eles falaram: “Olha é uma feira de panificação... Feira totalmente desconhecida no Brasil e eu acho que aqui não tem clientes para esta feira”. Aí eu falei: <b>“você me dariam a chance de eu tentar, porque, se é uma feira desconhecida, eu como principiante, como <i>freelancer</i>, provavelmente vou começar sem ter concorrência e isso para mim seria o ideal.”</b> Eu tinha na época 25 aninhos. Aí eles disseram: “ok, se você quer, nós te damos o apoio”. E foi assim...</p>
E8	<p>Eu era... digamos que era uma estudante, estudei enfermagem, sou técnica de enfermagem. E quando eu saí daqui eu tinha acabado de me formar e foi assim... <b>Não sei nem te dizer o que eu era... Eu estava num caminho assim... [...] Eu trabalhava no particular cuidando de idosos, alguém conhecia e gostava por eu saber lidar com pessoas enfermas e acabava me indicando.</b> [...] Sou de São João de Meriti, RJ.</p>
E11	<p>Eu era <i>freelancer</i>, fiz vários trabalhos, era secretária, trabalhava em uma empresa de pesquisa, mas <b>nunca tive uma carteira assinada no Brasil</b>. [...] tentei fazer vestibular e <b>não consegui entrar numa universidade e estava sem saber o que fazer</b>. Eu estava numa firma de pesquisa em Salvador, ganhei um dinheiro legal nas pesquisas, e me inscrevi no curso de alemão porque sempre tinha uma troca entre alemães e soteropolitanos. [...] <b>A minha família nunca teve dinheiro, sempre foi humilde, então a gente desde pequeno já empreendia</b>, seja fazendo geladinho, picolé e fazendo bolo pra vender. Então, tudo isso já é empreendimento. <b>Eu cheguei aqui e fiz várias coisas, fiz DJ, vendi coisa, fiz curso também pra poder fazer comida porque eu não sabia que iria agradar aqui</b>. Então, eu acho que essa força do brasileiro empreender, e a gente tentar se virar pra conseguir alguma coisa, já tá dentro do DNA da gente. Eu cheguei aqui e sabia que tinha de fazer alguma coisa.</p>

- E12 Eu nasci em Feira de Santana, cidade pequena da Bahia, e lá morei até os 16 anos. Depois eu fui morar no Rio de Janeiro com minha tia, perto da minha mãe. Estava com 23 anos quando fui morar em São Paulo. Com 24, eu comecei a fazer curso de cabeleireira, me formei e abri meu pequeno negócio em São Paulo no bairro da Mooca. [...] Eu viajava muito pra cá porque tenho duas irmãs que já moravam aqui na Alemanha há mais de 20 anos.[...] **eu não estava satisfeita no Brasil. Lá você tem uma empresa e quando chega no fim do mês você recebe a maioria em muito cheque, cartão de crédito e às vezes o cheque está sem fundo. Então eu estava desesperada. Funcionário, aluguel para pagar, me perguntando o que vou fazer agora, que dia o cartão de crédito vai vencer, muita luta, sem ver resultado. Aí eu viajava aqui para Europa e via que tinha um passo diferente. No Brasil eu não via futuro. Eu nadava, mas morria na praia. Amo o Brasil, mas nunca consegui finalizar nada; tinha um salão, mas nunca consegui ter um carro, uma casa, nada.**
- E19 **Com 15 anos, eu engravidei; com 16, eu tive um filho. Eu não fui aquela adolescente louca que engravidou e deixou os filhos para os pais cuidarem, os avós cuidarem.** Eu estava com o pai do meu filho. Ele tinha um salão, era barbeiro, e quando meu filho tinha 2 anos, **o pai dele morreu. Então eu tive que batalhar por mim e por ele.** O meu primeiro negócio era um “negocinho”, era um centro comercial. Lá na Bahia têm centros comerciais que a gente fala que são *shopping* de pobre; é a feira, onde tem a parte da verdura, a parte dos barzinhos que vendem comida, a parte que vende roupa, e aí eu fui trabalhar nesse centro comercial. Eu aluguei um boteco, nem lembro quanto paguei na época, aluguei um boteco e foi a primeira vez que eu fui empreender. **Eu acho que tinha 50 reais na época, tinha 17 anos. Com 17 anos, você não encontra emprego em lojas, em nada. E eu tinha que trazer o pão de cada dia para o meu filho, o pai dele tinha morrido,** e foi a primeira vez que eu empreendi, foi um boteco. O aluguel do boteco custava 20 e uma caixa de cerveja. Eu só tinha o dinheiro do aluguel e de uma caixa de cerveja. Eu vendi uma caixa de cerveja de manhã, durante o dia, para comprar outra para trabalhar no outro dia. **A primeira vez não foi empreendedorismo, foi sobrevivência. [...] Depois eu fui trabalhar em uma agência de turismo, e eu ganhava um salário mínimo, só que eu sempre falava, eu vou investir, tenho que conhecer um gringo – é meio feio de se falar, mas eu falei – é a forma mais fácil de sair daqui. Eu não sou rica para fazer um intercâmbio. Aí eu recebia o meu dinheiro, tirava 50 reais. Esse dinheiro era para ir aos restaurantes aonde vão os turistas. E eu morava em Camaçari, os turistas iam para Salvador. Eram 40 quilômetros de distância. E todas as pessoas que chegavam nesse restaurante chegavam de táxi, porque todos eram turistas, e quando não eram turistas eram pessoas donas de hotéis, pessoas de dinheiro. Eu pegava um ônibus da minha casa, descia um ponto antes e no ponto eu pegava o táxi e descia na porta do restaurante de táxi. Linda e fina. Sentava lá com os meus 50 reais, na época 50 reais ainda era um pouquinho de dinheiro, só que o tal do couvert era 15 reais para entrar. Eu comprava o couvert, uma bebida e um petisco, e ficava lá “meu Deus eu tenho que conhecer alguém, eu tenho que conhecer alguém”. Até que conheci o meu marido, que eu sou casada com ele hoje há 10 anos. Conheci uma pessoa super legal, super gente fina e tal, aí ele “ah, porque eu tô com a casa alugada e tal, a gente pode se ver amanhã”. **E aí eu joguei logo a real, “eu tenho filho, e se for pra ir pra sua casa, eu tenho que levar o meu filho”. Daí ele falou “não, não tem problema”, daí eu falei “fechou”. E aí foi isso, eu conheci ele e vim pra Alemanha, e aí começa a história de quando eu cheguei na Alemanha.****

---

Fonte: dados da pesquisa.

Assim, para viabilizar seu sonho, umas utilizam o trânsito pelas redes sociais da internet (FI – CR) – como é o caso de

quatro delas – e outra pelas redes sociais que se estabelecem presencialmente, tanto pelas próprias relações de trabalho

no Brasil, como em regiões geográficas que são tipicamente turísticas, favorecendo o encontro presencial com estrangeiros (CR – MC). Estabelecendo uma boa competência de recepção e consumo com o formato industrial internet, as empreendedoras E2, E5, E8 e E11 criaram blogs e via suas redes na internet desenvolveram seus negócios de fotografia, editoração e turismo.

A empreendedora E5 (segundo caso) destacou que seu trabalho na área de turismo e hospedagem abriu uma possibilidade de parceria com a empresa de transportes aéreos alemã, Lufthansa, a fim de continuar levando brasileiros para as diversas feiras na Alemanha. Aqui do Brasil, dedicou muito tempo para uma feira de panificação que, de acordo com ela, era pouco divulgada, logo, teria menos concorrência. Fez contato com panificadoras brasileiras e conseguiu levar um grupo representativo. Seu encantamento com a Alemanha foi tanto que decidiu ficar. Mais uma vez, usou seus contatos para conseguir ficar trabalhando no Consulado Brasileiro em Düsseldorf. Veja que E5 estabelece relações de trabalho e redes que revelam nas suas mediações MC-CR e MC-LP, socialidades e institucionalidades mais complexas que não rompem com o país de origem quando migram. E5 tem competências de recepção de outros idiomas, já traz a experiência do turismo e das lógicas de produção do Brasil, cria pontes entre o país de origem e aquele para o qual migrou.

Já a empreendedora E19 (quinto caso) relatou que sabia que não tinha condições de viver bem no Brasil. Por outro lado, conhecia a vida na Europa, por conta de uma experiência de trabalho fazendo limpeza em um restaurante na Espanha. Assim, quando voltou ao Brasil, juntava 50 reais por final de semana para ir aos bares de Salvador, onde os turistas frequentavam. Dessa forma, viajava 40 km (de Camaçari a Salvador), todo fim de

semana para, nas palavras dela, “conseguir namorar um gringo”. Ela demonstrou que sempre estava preocupada em dar uma condição de vida melhor para o filho, que sempre trabalhou muito por ele. Veja que, diferente de E5, E19 estabelece relações pessoais e redes que revelam nas suas mediações MC-CR e MC-LP, socialidades e institucionalidades menos complexas, que rompem com o país de origem quando migram. E19 não tem competências de recepção de outros idiomas, traz poucas experiências das lógicas de produção do Brasil, mas empreende o sonho da vida melhor no exterior pelo casamento.

A descoberta, identificação e oportunidade para o seu negócio vêm para essas mulheres, como E19, em um segundo momento – o momento de viabilizar a permanência na Alemanha. Ao observar como cada uma buscou seu negócio, é feita a análise dos relatos pelo eixo sincrônico do diagrama de Martin-Barbero (2018), o eixo de curta duração e constante mudança, o qual leva em consideração as lógicas industriais e cada competência de recepção e consumo. As imigrantes ouvidas são uma escritora e editora, duas fotógrafas, uma cabeleireira, uma turismóloga e uma dona de restaurante. Duas delas tiveram como ponto de partida o casamento. As outras três tiveram o casamento como ponto de chegada e permanência. Harari (2018, p.179), quando faz uma análise ampliada das expectativas para o século XXI, no capítulo em que fala sobre imigração, afirma que “a Alemanha tem um histórico muito melhor de receber imigrantes [...] como um trato em três condições ou termos básicos”. Todas cumpriram as condições ou termos básicos da imigração do país anfitrião, mas são unânimes em desconstruir a ideia de “cordialidade brasileira” que se divulga à luz de uma leitura de (Holanda, 1968): “o brasileiro como povo afetivo e acolhedor”. Veja o relato de cada uma delas quando feita uma pergunta relacionada a esse tema:

**Tabela 5 – Segunda rodada de relatos**

Entrevistada	Relato
E2	<p><b>Você comentou que na comunidade brasileira é comum que Brasileiros tentem “passar a perna em outros brasileiros”. Você enxerga isso como comum na comunidade empreendedora brasileira ou apenas entre os brasileiros em geral?</b></p> <p><b>E2:</b> Para falar a verdade, é comum nos dois, mas tem como você filtrar essas relações. Tem uns brasileiros que parece que não aceitam de bom grado as relações na comunidade, há uma espécie de conflito.</p> <p><b>E: Você já presenciou alguma atitude como essa, já viu algum empresário brasileiro denunciar, difamar o outro?</b></p> <p><b>E2:</b> Já, e já aconteceu comigo. É comum alguns brasileiros entrarem em contato comigo, em um tom de conversa amigável enquanto toma um café e, em seguida, tentar roubar as ideias do meu negócio, por exemplo.</p>
E5	<p><b>E: Os empresários brasileiros na Alemanha que você conhece ou que você já escutou, têm um bom relacionamento entre si ou não?</b></p> <p><b>E5:</b> Olha, tá melhorando, mas eu acho que as novas empresárias... Eu conheço pouco, mas, agora, o que eu posso te falar, é de um empresariado que é filho de brasileira com alemão. Na maioria nós somos mulheres; tem, assim, alguns probleminhas, mas não é assim tão grave. Eu acho que essa pandemia fez com que as pessoas se unissem mais, você sabe... Essa pandemia teve esse grande ponto positivo, que foi a gente ter que se juntar.</p>
E8	<p><b>E: Bom, agora me conta a sua visão dos brasileiros morando na Alemanha... Eles são amigáveis entre si, são competitivos... se são amigáveis em que aspectos e em que aspectos são competitivos?</b></p> <p><b>E8:</b> Eu acho que são amigáveis quando é relacionado a questões mais pessoais, mas eu acho que na parte empreendedora eles são mais competitivos. [...] Quando são empresários, os brasileiros costumam ser mais unidos contra eles mesmos (risos). [...] Eu já ouvi histórias. Teve uma brasileira que foi denunciada e quando foi ver quem tinha denunciado tinha sido um outro brasileiro, [...] sendo que, na versão dela, a empresa era legalizada. A impressão que dá é que é um negócio mesmo, assim, por inveja... essa sensação de que “vai tomar meu lugar”. Eu acho que tem muito isso. Eu não consigo sentir isso de alemão, porque eu não tenho muito vínculo com outros profissionais daqui da Alemanha e da minha área, e de outras áreas também não... Então a gente só vê se tiver que indicar um trabalho um ao outro, mas não tem aquele relacionamento, e aí eu sinto essa competitividade muito grande, né? Infelizmente é assim.</p>
E11	<p><b>E11:</b> Eu faço aqui parte do Conselho de brasileiras do Consulado e, mesmo assim, eu vejo que tem duas negras: uma é a que me convidou para não ser a única. As outras são pessoas brancas que eu não vejo que tem interesse real pela comunidade brasileira. Estão só para ter o <i>status</i> de estar dentro do Consulado e não pelo trabalho de comunidade. Então, essa é a minha visão dos brasileiros aqui em Munique. [...] Você vai no grupo de mulheres empreendedoras brasileiras, e eu fui achando que seria um grupo que trocava ideias, mas não existisse troca de ideias, é uma coisa realmente competitiva. [...]</p> <p><b>E: Já soube de casos de denúncias para um atrapalhar o outro?</b></p> <p><b>E11:</b> Isso sim, e muito. Nessa coisa da estética, da brasileira começar a fazer um cabelo dentro da própria casa e uma outra brasileira fazer uma denúncia. Já houve casos assim que eu via. Muito triste.</p>
E12	<p><b>E: Me diz a sua visão dos brasileiros, não empresários, mas brasileiros de maneira geral aí na sua região... Eles são amigáveis, são desunidos, são competitivos, eles se apoiam...? Qual é a sua percepção da comunidade brasileira em Munique?</b></p> <p><b>E12:</b> Olha, eu não vejo eles apoiarem o outro. Infelizmente falar assim é duro, mas essa é a realidade. Eu sempre falo assim, se eu fosse depender realmente de brasileira, não estaria fechada. Até que eles me apoiaram no início, mas quando eles saíram fora... Parece que [ao] subir um degrau para eles, você já não é mais uma pessoa legal, porque você tá andando, né? Se você tá no mesmo nível, está bom, mas se você melhorou... Você já passa a ser uma pessoa estranha para eles, então apoio é muito pouco. Tem muito brasileiro bom, né? Mas eu acho que o que me deixa assim, às vezes um pouquinho incomodada, é que eu fiz um espaço tão bonito, tão legal, e que eu gostaria que fosse mais para brasileiro mesmo, mas infelizmente é assim aqui. Eles não apoiam o outro. Tem</p>

cliente meu [brasileiro] que vem até aqui e encontra os melhores produtos do Brasil, mas eles não vão lá no meu *síte* comprar meu produto. Meus produtos são comprados pelos alemães e pelos estrangeiros; brasileiro quase não compra meus produtos. Eu não entendo o porquê, se são produtos que realmente vêm do Brasil, são os produtos que os brasileiros gostam. Mas não consigo atingir os brasileiros aqui, infelizmente. Agora está chegando um povo novo, completamente diferente, né? Que tá fazendo muita diferença aqui, mas é bem complicado.

**E: E os empresários? Se apoiam? São mais competitivos?**

**E12:** Os empresários se apoiam, eles procuram apoio. Todo mundo daqui eu busquei apoiar os projetos, às vezes eu nem queria ajudar, mas eu ficava, “Ah, é um brasileiro... tá com projeto novo...”. Quando era uma festa brasileira, teatro brasileiro, cinema brasileiro, eu sempre ajudei. Sou associada à Casa do Brasil, associada com outro rapaz que trabalha muito com essa parte cultural [...], só que infelizmente no momento eu comecei a ficar um pouco cansada de apoiar tanto, né? [...]

**E: Já escutou algum caso de sabotagem entre empresários?**

**E12:** Eu fui denunciada, não sei se por brasileiros, mas sabotagem de brasileiros, sim, de amigas minhas que foram sabotadas.

**E: E por que você acha que acontece isso?**

**E12:** É uma pergunta que me faço todos os dias, porque eu não entendo. Vivi no Brasil [por] 40 anos e as [pessoas] que conheci lá são diferentes das que estão aqui. É difícil chegar nesse país, é difícil e confortável, porque o país oferece muitas coisas. Teve gente que chegou aqui e vivia muito melhor que eu. O país facilita e as pessoas se encostam. O governo paga para você, se quiser fazer um curso ou trocar de profissão, por exemplo, mas as pessoas ficam na zona de conforto. A Alemanha é grande e dá possibilidade, mas nem todo mundo quer.

E19

**E19:** Em relação aos brasileiros, eu falo sempre, tem brasileiro e brasileiro, e eu acho que eu não devo dividir isso em nação, se é brasileiro ou se é espanhol, ou sei lá. Tem pessoas e pessoas. Assim como no Brasil, você mora no Brasil, você mora no Rio, no seu bairro, por exemplo, você não é amigo de todo mundo. Você é amigo daquela pessoa que você tem afinidade. Como aqui não são tantas pessoas, acaba que você não tem tantas pessoas para ter afinidade. Esse é um dos pontos. Tem a questão de nós estarmos aqui na Alemanha, e todo mundo aqui é brasileiro, porém, todo mundo vem de uma região diferente, com culturas diferentes, com pensamentos diferentes, então, eu não sou aquela que fala “eu não quero contato com brasileiro”, porque tem muitas aqui que falam isso. Resumindo, teve uma vez, que eu fui em uma loja de perfume, *tava* lá numa loja, aí escutei, tinha duas meninas falando em português e, poxa, eu tinha pouco tempo que cheguei, você chegar em um país, bem distante do seu, e você ver duas pessoas falando português, como é que você se sente? [...] Menino, aí eu fui falar com elas, elas duas começaram a falar em alemão. Como assim? Sou brasileira... Então tem pessoas e pessoas. Eu sou uma pessoa que se alguém vier falar comigo “Oi, tudo bem, eu sou brasileiro”, eu vou te acolher, independentemente de você ser uma boa pessoa ou não, eu vou te acolher, você que tem a oportunidade de me mostrar se você é uma boa pessoa ou não, mas eu estou aqui aberta. Então, eu não sou aquela pessoa que não gosto de brasileiro, porém tem muitos brasileiros aqui que [...] que não falam com brasileiro. Pessoas, vamos falar de pessoas. Tem muitas pessoas aqui, que são brasileiras, e que não tem uma índole boa, que não querem ajudar o outro, só querem mesmo te ferrar.

Fonte: dados da pesquisa.

Se pensarmos em que medida a cordialidade brasileira se fixa na memória coletiva, percebemos que a crítica à mistura do privado com o ambiente público que é destacada por Sérgio Buarque de Holanda em *Raízes do Brasil* (Holanda, 1968), originariamente relacionada ao tom de cordialidade do que ele chamou de “homem cordial”, não é o que foi amplamente divulgado. No

entanto, segundo relato das mulheres que batalharam pela inclusão em grupos de brasileiras no exterior, é, na verdade, o tom do “homem cordial” a partir da troca de favores, do “toma lá dá cá” e, principalmente, do prevalecimento dos interesses individuais, e não do acolhimento e do afeto. Veja no quadro acima o relato de E11. Em um primeiro momento, o testemunho de quem se sente



isolada em minoria como negra em meio a uma maioria de mulheres brancas em busca de status e não de ação social e apoio às imigrantes brasileiras. E, em um segundo momento, a disputa, a não troca, a competição e a denúncia. Ao ouvi-la, parece que temos, guardando pesos, medidas e cronologias, uma ilustração da ecologia humana cunhada por Park (1952) na Escola de Chicago. Segundo ele, as sociedades humanas teriam dois níveis: um nível biótico, estabelecido no fundamento da competição, e um nível cultural, estabelecido no fundamento da comunicação entre os indivíduos e do consenso. O nível cultural se impõe ao nível biótico, o que faz com que a competição esteja limitada ao livre mercado, às leis e às convicções da comunidade. Assim, o ser humano é naturalmente um colaborador competitivo em busca de espaço.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando nossa proposição inicial, esta pesquisa objetivou compreender as particularidades da mobilidade internacional e do fenômeno do empreendedorismo para mulheres brasileiras que migraram para a Alemanha pelo matrimônio com um nativo local e que vieram de uma condição de hipossuficiência financeira, à luz da teoria de meios e mediações de Martín-Barbero (1977).

Em nossa discussão pelo viés do eixo diacrônico (MC – FI), observamos as trajetórias anteriores à imigração que culminaram para a decisão de mudar para a Alemanha, tendo como motivador um cenário de fragilidades socioeconômicas que reflete relações de subalternidade, tanto pelo gênero, quanto pela colonialidade, para as mulheres de maioria negra nascidas no Nordeste, mas com passagens por outras regiões do Brasil, como o Sudeste. O que se verifica, por conseguinte, é que mesmo a mobilidade interna interestadual, quando ocorre, não

redime uma herança cultural marcada pela descrença no sistema político-público para viabilizar a mobilidade social contra esse cenário hostil, tornando o matrimônio com um estrangeiro por vezes o único recurso para a uma real melhora de vida. O reforço desse discurso institucionalizado, conforme a referida teoria nos permitiu entrever, ocorre mediante redes sociais da internet (FI – CR) com maior frequência do que pelas redes sociais que se estabelecem presencialmente (CR – MC), legitimando o efeito da tecnologia na pós-modernidade para amainar uma baixa competência de recepção e consumo no formato industrial presencial, que é característica de grupos periféricos com invisibilidade étnica no Brasil.

Quando esse eixo diacrônico dialoga com o sincrônico já no país de imigração, contudo, nota-se que a boa competência de recepção e consumo adquirida com o formato industrial internet permitiu às empreendedoras E2, E5, E8 e E11 expandirem e readequarem seus negócios para esse meio digital, através de blogs ou mesmo de suas redes sociais, revertendo-se em novas relações de trabalho mediadas pelo princípio MC-CR e MC-LP. Isto implica que, quando investigamos mais detidamente o eixo sincrônico, as socialidades e institucionalidades menos complexas desenvolvidas no decorrer da jornada empreendedora dessas mulheres terminaram por romper com o país de origem após a emigração, principalmente em virtude de uma defasagem na competência de recepção de outros idiomas, da experiência prévia com o segmento do negócio no Brasil e do desconhecimento das lógicas de produção do país de origem, o que se manifestou de forma explícita na realidade até então inimaginada de o brasileiro não ser um povo gentil e acolhedor para com os seus, e sim apenas para com os estrangeiros ou quando percebe que há alguma vantagem a ser extraída do relacionamento no exterior. Tal constatação, conforme

apontado pelas entrevistadas, trouxe consequências negativas não apenas para a sua adaptação no país de destino, como também para o público-alvo que poderia vir a ser atendido pelos seus negócios, ainda que trouxessem como marca cultural uma segmentação direcionada para o nicho étnico imigrante na Alemanha.

Assim, conclui-se que, partindo da dinâmica econômico-cultural das mediações que tais empreendedoras imigrantes adquiriram por intermédio das tecnologias informáticas no contexto da globalização, salienta-se que as sociedades, tanto receptoras, mas principalmente as “exportadoras de capital humano”, necessitam “levar em conta os meios na hora de construir políticas públicas e culturais que façam frente aos efeitos dessocializadores do neoliberalismo” (Lopes, 2018, p. 12), os quais impõem lógicas de mercado no processo de socialização entre membros de uma mesma comunidade étnica, porquanto passam a se ver como concorrentes, ao invés de fortalecerem suas mediações e as competências advindas destas na construção econômica e política da região de destino migratório. Isto posto, uma grande discussão trazida por nossa análise remonta à centralidade incontestável que os meios tradicionais detêm ainda hoje, em plena época de pós-modernidade, na distribuição desproporcional de serviços voltados à educação ou à saúde em países subdesenvolvidos, o que implica em necessidades básicas insatisfeitas que reafirmam o que foi evidenciado no eixo diacrônico, no qual o crescimento da desigualdade atomiza a sociedade, deteriorando os dispositivos de comunicação interna para alcançar uma coesão política e cultural no que vem de fora, isto é, no que vem do estrangeiro.

Como limitação desta pesquisa, verifica-se que outras interpretações complementares a esta análise poderiam ser extraídas de uma triangulação teórica

com o terceiro diagrama proposto por Martín-Barbero (1977), possibilitando uma compreensão mais aprofundada dos efeitos da espacialidade e temporalidade no contexto da migração feminina como um ponto de partida para a resignificação do acesso às cidades globais sob a ótica de públicos minoritários e marginalizados, a exemplo de refugiados e imigrantes informais, o que se percebe aqui como uma oportunidade para estudos futuros.

Por fim, destaca-se que o presente trabalho é pioneiro ao abordar a imigração feminina na Alemanha partindo-se de uma triangulação metodológica robusta, que se valeu de um desenho multimétodos envolvendo survey, netnografia e entrevistas em profundidade, e de uma teoria de cunho cartográfico, elaborada por um dos maiores expoentes da teoria informacional latino-americana, numa tentativa de repensar a sua abordagem culturalista, centralizada nas cadeias entre produtores, produtos e receptores, para uma maior compreensão dos deslocamentos de sentidos sociais que perpassam a atividade empreendedora de brasileiras no exterior.

## REFERÊNCIAS

- ATKINSON, Rowland; FLINT, John. Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies. **Social research update**, v. 33, n. 1, p. 1-4, 2001.
- BARBOSA, Allani; LIMA, Álvaro. **Brasileiros em Portugal: de volta às raízes lusitanas**. Brasília: FUNAG, 2020.
- BATISTA, R. R.; CISCON-EVANGELISTA, M. R.; TESCHE, B. Brasileiros na Alemanha: um estudo da identidade social de imigrantes através de fóruns online. **Brazilian Cultural Studies**, v. 2, n. 1, p. 70-85, 2011.
- BENEDUZI, Luis Fernando; DADALTO, Maria Cristina. Mobilidade humana e circularidade de ideia. Diálogos entre a

América Latina ea Europa. **DIASPORE**, v. 7, p. 1-173, 2017.

BERRY, Daphne P.; BELL, Myrtle P. 'Expatriates': gender, race and class distinctions in international management. **Gender, Work & Organization**, v. 19, n. 1, p. 10-28, 2012.

BÓGUS, Lúcia M.; BASSANEZI, Maria Silvia. Do Brasil para a Europa-Imigrantes Brasileiros na Península Itálica neste final de Século. **BASSEGIO, L.(apresentação). O fenômeno migratório no limiar do terceiro milênio: desafios pastorais**. Petrópolis: Vozes, p. 68-91, 1998.

BOURDIEU, Pierre. The Forms of Capital. In: RICHARDSON, John G. (ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. New York: Greenwood Press, 1986. p. 241-258.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Relatório Anual 2020: dimensões da migração internacional: desigualdades, formalização no mercado de trabalho e status migratório**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2020.

BRETTELL, Caroline B. Marriage and migration. **Annual Review of Anthropology**, v. 46, n. 1, p. 81-97, 2017.

CARNICER, Javier A. Transnational migration and educational opportunities: A case study of migration from Brazil to Germany. **London Review of Education**, v. 17, n. 1, p. 14-25, 2019.

CASADO, Renata; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; CRUZ, Eduardo Picanço. Brazilian immigrant entrepreneurs' support networks and bounded (mis) trust in Western Australia. **Population, space and place**, v. 28, n. 1, p. e2489, 2022.

COLLINS, Jock; LOW, Angeline. Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium-sized businesses in

Australia. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 22, n. 1, p. 97-111, 2010.

COSTA, Sérgio. Regimes de Coexistência Interétnica no Brasil e na Alemanha: Contribuições a um debate inexistente. **Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, n. 1, p. 235-259, 2012.

COUTINHO, Maria da Penha de Lima; OLIVEIRA, Marcelo Xavier de. Behavioral health trends of Brazilian immigrants in Portugal. **Psicologia & Sociedade**, v. 22, p. 548-557, 2010.

CRUZ, Eduardo Picanço *et al.* Análise de Variáveis Prescritoras da Intenção Empreendedora de Imigrantes Brasileiros em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 24, n. 4, p. 349-368, 2020.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; LEITE, José Geraldo Lamas. A realidade dos empreendedores brasileiros na Alemanha à luz da teoria do Mixed Embeddedness. **Anais do XLV Encontro da ANPAD – EnANPAD 2021**. 2021.

EGREJA, Catarina; PEIXOTO, João. Caminhos limitados ou mobilidade bloqueada? A mobilidade socioprofissional dos imigrantes brasileiros em Portugal. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n. 67, p. 43-64, 2011.

EVANS, Yara et al. Brazilians in London: A report. **Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies**, v. 36, n. 71, p. 235-248, 2011.

FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz et al. Entrepreneurial intention of Brazilian immigrants in Canada. **BAR-Brazilian Administration Review**, v. 19, n. 01, p. e200018, 2022.

FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz et al. Mixed embeddedness of Brazilian

entrepreneurs in Toronto. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 27, n. 7, p. 1724-1750, 2021.

FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; CRUZ, Eduardo Picanço; RAATS, Ricardo Ferraz. Ethnic and technological business of Brazilians in Estonia: an immigrant community in formation. **REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana**, v. 29, p. 195-218, 2021.

FIGUEIREDO, Taís Cristina Samora. Em nome dos "brasileirinhos": estratégias para construção identitária brasileira na Europa. **Periféria: revista de pesquisa i formació en antropologia**, v. 25, n. 1, p. 0028-55, 2020.

FRAGA, Aline Mendonça; ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei. Mobilities in the Labyrinth: Pressuring the Boundaries of Women's Careers. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 18, p. 757-769, 2020.

GIOIA, Dennis A.; CORLEY, Kevin G.; HAMILTON, Aimee L. Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. **Organizational research methods**, v. 16, n. 1, p. 15-31, 2013.

GOMES, Mariana Selister. Gênero, Colonialidade e Migrações: uma análise de discursos institucionais sobre a "Brasileira Imigrante" em Portugal. **Política & Sociedade**, v. 17, n. 38, p. 404-439, 2018.

HAEMER, Hannah Deborah. **Aprendizagem (in) formal de profissionais alemães no Brasil e brasileiros na Alemanha**. Dissertação (Mestrado em Psicologia) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da Universidade de Brasília, UnB, Brasília, DF, 2017.

HAIR, Joseph F. et al. **Multivariate data analysis (vol. 6)**. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2006.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21**. Editora Companhia das Letras, 2018.

HIRATA, Helena. Gênero, patriarcado, trabalho e classe. **Revista Trabalho Necessário**, v. 16, n. 29, p. 14-27, 2018.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1968.

HUNTER, Albert; BREWER, John D. Designing multimethod research. In: HESSE-BIBER, Sharlene Nagy; JOHNSON, R. Burke (ed.). **The Oxford Handbook of Multimethod and Mixed Methods Research Inquiry**. Oxford University Press, 2015.

KOTRLIK, JWKJW; HIGGINS, CCHCC. Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research appropriate sample size in survey research. **Information technology, learning, and performance journal**, v. 19, n. 1, p. 43, 2001.

KOZINETS, Robert V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. **Journal of marketing research**, v. 39, n. 1, p. 61-72, 2002.

LOPES, Maria Beatriz do Valle Coelho. A influência da espiritualidade no empoderamento das mulheres brasileiras imigrantes em Portugal. **TOTUM-Periódico de Cadernos de Resumos e Anais da Faculdade Unida de Vitória**, v. 4, n. 2, 2019.

LOPES, Maria Beatriz do Valle Coelho; LANES, Marcia Batista. A função social da religião no acolhimento de mulheres imigrantes brasileiras em Portugal. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 7, p. 48684-48692, 2020.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A teoria barberiana da comunicação. **MATRIZES**, v. 12, n. 1, p. 39-63, 2018.

MARGOLIS, Maxine L. **Goodbye, Brazil:** emigrantes brasileiros no mundo. Editora Contexto, 2013.

MARTES, Ana Cristina Braga. **Brasileiros nos Estados Unidos:** um estudo sobre imigrantes em Massachusetts. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: 3 introduções. **Matrizes**, v. 12, n. 1, p. 9-31, 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTINS, Angelo; DIAS, Gustavo. Imigração brasileira contemporânea: discursos e práticas de imigrantes brasileiros em Londres. **Análise Social**, p. 810-832, 2013.

MASANET, Erika; SANTOS, Maria Estela Escanhoela Amaral. Imagens e estereótipos da imigração Brasileira na Espanha durante as primeiras décadas do século XXI. **Pontes entre a Europa e América Latina (XIX-XXI)**, v. 1, n. 1, 2018.

MCDONALD, James. Occupational segregation research: Queering the conversation. **Gender, Work & Organization**, v. 23, n. 1, p. 19-35, 2016.

MEIRA, Ana Marta. Benjamin, os brinquedos e a infância contemporânea. **Psicologia & sociedade**, v. 15, p. 74-87, 2003.

PARK, Robert Ezra. **Human communities:** the city and human ecology. Free Press; London, Collier-Macmillan, 1952.

PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. **Sociedade e cultura**, v. 11, n. 2, 2008.

PORTELLI, Alessandro. **Ensaio de história oral.** Letra e voz, 2010.

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.

PORTUGUEIS, Diane. Lá e cá” histórias e projetos de vida de sorveteiros ítalo-brasileiros na Alemanha: ensaio e apontamentos de pesquisa. **Cadernos Obmiga**, v. 2, n. 1, p. 38-59, 2016.

PORTUGUEIS, Diane. Projetos e imobilidade (s): sorveteiros ítalo-brasileiros diante da Covid-19. **REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana**, v. 29, n. 61, p. 257-263, 2021.

QUEIROZ, Camila Craveiro; CABECINHAS, Rosa; CERQUEIRA, Carla. Migração feminina brasileira e a experiência do envelhecimento em Portugal: sexismo e outros “ismos”. **Equatorial-Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social**, v. 7, n. 12, p. 1-23, 2020.

RODRIGUES, Taynnã Valentim. **Arquiteturas do poder:** cultura escolar e identidade no Grupo Escolar José Tavares (Queimadas-PB, 1935-1940). Dissertação (Mestrado) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, UFPB, João Pessoa, 2019.

SANTOS, José *et al.* Imigrantes brasileiros em Portugal: integração e sua percepção em relação aos portugueses. **Atas do 1º Seminário de Estudos sobre Imigração Brasileira na Europa**, p. 170-177, 2010.

SASAKI, Elisa Massae. Dekasseguis: migrantes brasileiros no Japão. **ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS DA ABEP**, 11.,



[S. I.], 1998. **Anais**. [S. I.; s. n.], 1998. p. 577-603.

SIMMEL, Georg. **Georg Simmel on individuality and social forms**. University of Chicago Press, 2011.

SOUSA, Carlos MP; BRADLEY, Frank. Cultural distance and psychic distance: two peas in a pod?. **Journal of international marketing**, v. 14, n. 1, p. 49-70, 2006.

STATISTISCHES BUNDESAMT. **Die Datenbank des Statistischen Bundesamtes**. Erwerb der deutschen Staatsbürgerschaft: Deutschland, Jahre, Staatsbürgerschaft, Erwerbsarten, Geschlecht, 2020. Retrieved from: [https://www.destatis.de/DE/Home/\\_inhalt.html](https://www.destatis.de/DE/Home/_inhalt.html).

TASHIMA, Jesselyn Nayara; TORRES, Cláudio Vaz. A emigração brasileira para o Japão: passado, presente e futuro. **Cadernos Obmigra-revista migrações internacionais**, 2 (1), p. 58-91, 2016.

TEDESCO, João Carlos. Casamentos mistos: novas sociabilidades e quadros coletivos. Aspectos da imigração de brasileiras na Itália. **Revista Estudos Feministas**, v. 22, n. 01, p. 115-133, 2014.

TORRES, Clauber Wellington Pinheiro. **Brasileiros na Alemanha**: processos de adaptação, estresse e resiliência. Dissertação (Mestrado) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Teoria e Pesquisa do Comportamento da Universidade Federal do Pará, 2017.

TORTATO, Giovanna. Perfil dos brasileiros que deixam o país mudou, mas razões para a saída seguem as mesmas. **Gazeta do Povo**, 20 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/migracao-brasil-ricos-perfil/>. Acesso em: 20 maio 2025.



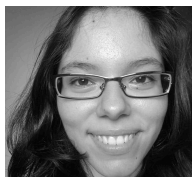
#### EDUARDO PICANÇO CRUZ

Professor titular da UFF, Doutor em Engenharia Química - Universidade Federal do Rio de Janeiro (2007), Mestre em Engenharia de Produção - Universidade Federal Fluminense (2002), Especialista em Contabilidade e Auditoria - Universidade Federal Fluminense (2001), Pós-graduado em Administração financeira pela Fundação Getúlio Vargas (2000) e Graduado em Administração - Universidade Federal Fluminense (1998).



#### ANNA PAULA SOARES LEMOS

Doutora e Mestre em Literatura Comparada na Faculdade de Letras - UFRJ. Atualmente é Professora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Culturas e Artes, PPGHCA/UNIGRANRIO. Ministra principalmente a disciplina Pensamento Social Brasileiro no Campo Interdisciplinar. É JCNE - Faperj (Edital E\_19/2022 - PROGRAMA JOVEM CIENTISTA DO NOSSO ESTADO - 2023) com a pesquisa "SALA DE ENSAIO: A PRODUÇÃO TEATRAL BRASILEIRA EM TEMPOS DE ISOLAMENTO SOCIAL". Graduada em Comunicação Social, foi Produtora de Reportagem na Central Globo de Jornalismo - TV Globo, no Canal Futura, GloboNews e Sistema Globo de Rádio. Defendeu no Mestrado a dissertação "Ariano Suassuna, o palhaço-professor" publicada pela Editora Multifoco.



#### **VICTORIA BARBOZA DE CASTRO CUNHA**

Bolsista TT3 Fapesp/FGV EAESP. Tradutora independente desde 2020 e revisora textual certificada pelo IFSC desde 2021. Possui experiência em Tradução e Revisão de Textos acadêmico-científicos, principalmente nas grandes áreas de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, e Linguística, Letras e Artes. Mestre em Administração (UTFPR 2023), Especialista em Tradução de Inglês (UNESA 2022) e Bacharela em Administração (UNESA 2019). Membro da Associação Brasileira de Estudos Irlandeses (ABEI) desde 2021, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) desde 2022 e da European Academy of Management (EURAM) desde 2023.



#### **ROBERTO PESSOA DE QUEIROZ FALCÃO**

Posição atual e histórico: Professor de Mestrado em Administração (PPGA-Unigranrio). Doutor em Administração - IAG PUC (2018), Mestre - MSc em Gestão Empresarial pela FGV - EBAPE Rio (2014). Pesquisador de estratégia e empreendedorismo imigrante (UNIGRANRIO e UFF) e colaborador do Laboratório de Inovação Tecnológica, Organizacional e em Serviços - LabInTOS/COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Responsável pelo grupo de pesquisa CNPQ - Empreendedorismo da Diáspora Brasileira. Membro da Equipe do GEM -Global Entrepreneurship Monitor Brasil. Colaborador de

grupos de pesquisa da Southern Denmark University (SDU) e da University of Western Australia (UWA). Pós Graduado em Marketing pela ESPM (1998), Graduado em Engenharia Agrônoma pela Universidade Federal de Viçosa - MG (1992).

#### **NOTAS**

<sup>1</sup>A cultura de bairro está relacionada à Matriz Cultural, enquanto os grafites e movimentos derivados dessa cultura estabelecem uma relação específica entre a Matriz Cultural desses grupos e as Lógicas de Produção disponíveis.

<sup>2</sup>“[...] Quanto mais o ouvinte se esquece de si mesmo, mais profundamente se grava nele o que é ouvido” (MEIRA, 2003).

<sup>3</sup>Vale ainda perceber o diálogo entre os tempos que as humanidades permitem. Aportes teóricos da década de 30, 60, 80 e 90 ainda dialogam filosoficamente com textos contemporâneos por serem clássicos da reflexão e se permitirem a cada releitura serem contextualizados a propósito dos dados e das observações contemporâneas. Por isso são clássicos.

<sup>4</sup>O arcabouço teórico utilizado para análise foi o diagrama de meios e mediações de Martín-Barbero (1997). Veremos mais adiante a aplicação do protocolo de análise com o diagrama de Barbero (ver Seção 5).

<sup>5</sup>Todas as mulheres serão discriminadas por códigos que evidenciam a sequência numérica da condução das entrevistas, com o intuito de preservar suas identidades.

<sup>6</sup>A partir de agora chamaremos os meios dos eixos diacrônico e sincrônico do diagrama da seguinte maneira: Matriz Cultural (MC) e Formatos Industriais (FI) no eixo diacrônico. Lógicas de Produção (LP) e Competências de Recepção e Consumo (CR) no eixo sincrônico

#### **AGRADECIMENTOS**

Pesquisa realizada com apoio institucional da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro - FAPERJ.