



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

ANDRIELE MONIQUE SANTOS DOS REIS

UJIMA – CIRCUITO AFROEMPREENDEDOR
MEMÓRIA DO PROJETO CULTURAL

Salvador
2019.1

ANDRIELE MONIQUE SANTOS DOS REIS

**UJIMA – CIRCUITO AFROEMPREENDEDOR
MEMÓRIA DO PROJETO CULTURAL**

Memória do Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Figueiredo Costa

Salvador

2019.1

AGRADECIMENTOS

A Deus e aos Orixás, que me mantêm de pé para encarar os desafios.

A Eunice e Raimundo, mainha e painho, por todo incentivo, compreensão e preocupação em ensinar a trilhar o caminho do bem.

A minha irmã Milene pelo apoio durante as crises de ansiedade que tentaram me derrubar nessa reta final.

A meu orientador Leonardo Figueiredo Costa, por todo apoio, compreensão e principalmente, por ter acreditado no meu projeto e potencial.

Aos demais examinadores da banca Prof. Sérgio Sobreira e Viviane Vergasta, por gentilmente atender meu pedido.

A meu cunhado Miguel, por me emprestar durante meses o seu *notbook*.

A minha incrível amiga Lívia, por todas as vezes que me acalmou enquanto estava surtada com o processo da escrita.

A meu amigo Gustavo, a quem carinhosamente chamo de Chapelito, pela imensa ajuda na criação da identidade visual e diagramação do projeto executivo, a sua boa vontade foi fundamental.

A todas e todos os amigos, que me fortaleceram com apoio moral ou intelectual. Embora não citados nominalmente, contribuíram de alguma forma para que este projeto desse certo.

Enfim, a todos que torceram e torcem infinitamente por mim.

Adupè!

*Quando a mulher negra se movimenta,
toda estrutura da sociedade se
movimenta com ela.
(Angela Davis)*

RESUMO

REIS, Andrielle Monique Santos dos. **Ujima – Circuito Afroempreendedor: Memória do Projeto Cultural**. 2019. Orientador: Leonardo Figueiredo Costa. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2019.

Este trabalho apresenta o memorial descritivo da concepção e planejamento do projeto cultural Ujima – Circuito Afroempreendedor, em Salvador, entre os dias 06 e 08 de novembro de 2020. O evento será fundamentado no fomento ao empreendedorismo como ferramenta de inclusão social e desenvolvimento socioeconômico dos afrodescendentes e na valorização da cultura negra. A abordagem histórica deste trabalho parte da apresentação de um cenário em crescimento para o afroempreendedorismo e das desigualdades sociais que contribuíram para a maioria da população negra encontrar no empreendedorismo uma alternativa de sobrevivência. Dados históricos e estatísticos compõem a análise e justificam a proposta e realização deste projeto.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo, Afrodescendentes, Cultura Negra, Representatividade, Inclusão, Produção Cultural.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. AFROEMPREENDEDORISMO: POTENCIALIDADES E DESAFIOS	7
2.1. Empreendedorismo: breve contexto histórico	7
2.2. Empreender como Ato de Resistência	8
2.3. Herança Africana	9
2.4. Valorização da Cultura Negra e Afirmação de uma Identidade	10
2.5. O Black Money e a Busca por Representatividade	11
2.6. Racismo Estrutural: adversidades no caminho dos afroempreendedores	13
2.7. Aceleradoras de Negócios: um incentivo ao afroempreendedorismo	14
3. O PROJETO	17
3.1 Diagnóstico Cultural: projetos que inspiraram o Ujima - Circuito Afroempreendedor	18
3.1.1 <i>Análise SWOT – PFOA</i>	22
3.2 Plano de Comunicação e Mídia	23
3.2.1 <i>Objetivo</i>	23
3.2.2 <i>Informações</i>	24
3.2.3 <i>Objetivos de Mídia</i>	25
3.2.4 <i>Meios</i>	26
4. DO SURGIMENTO À ELABORAÇÃO DO PROJETO	28
4.1 Idealização	28
4.2 Planejamento	31
4.2.1 <i>Definições Iniciais: a escolha da data e local</i>	32
4.2.1.1 <i>O Local</i>	33
4.2.2 <i>Curadoria da Programação</i>	36
4.2.2.1 <i>Programação</i>	43
4.2.3 <i>Captação de Recursos e Patrocínio</i>	45
4.2.3.1 <i>Cotas de Patrocínio e Contrapartidas</i>	46
4.3 Identidade Visual	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
6. REFERÊNCIAS	52
7. APÊNDICES	55

1. INTRODUÇÃO

Minha militância enquanto mulher negra e periférica foi uma das principais motivações para o desenvolvimento desse projeto. E está relacionado com o desejo de visibilizar um grupo historicamente discriminado e minimizar os impactos causados por um longo período de desigualdades.

O primeiro capítulo deste trabalho traz um contexto histórico com definições e uma cronologia que apontam o ato de empreender como uma prática secular. Em seguida apresenta desigualdades sociais que contribuíram para que a maioria da população negra encontrasse no empreendedorismo uma alternativa de sobrevivência. Dados históricos e estatísticos compõem a análise e justificam a proposta e realização deste projeto. Durante os capítulos posteriores, é apresentado um processo de pesquisa, planejamento e produção do projeto e todas as suas etapas.

Por se tratar de um evento voltado para um público de maioria afrodescendente, para mim era fundamental que a programação fosse composta majoritariamente por pessoas negras que pudessem fazer uso do seu lugar de fala. Para compor a programação foram escolhidas artistas e profissionais que de alguma forma atuam no fomento ou capacitação do empreendedorismo, debatem questões de gênero e raça no país e contribuem para o enfrentamento ao racismo, o desenvolvimento socioeconômico de afrodescendentes e autoafirmação da identidade negra.

Outro aspecto importante deste projeto é o título: *Ujima – Circuito Afroempreendedor*. *Ujima* é uma palavra da língua africana *swahili*, de origem *bantu* e significa trabalho coletivo. No decorrer do primeiro capítulo o leitor poderá perceber que afroempreendedorismo e coletividade podem caminhar juntos. Sobre chamar o evento de circuito e não de feira, tem relação com o fato das atividades não estarem concentradas em um único lugar. A distribuição das atividades por diversos espaços do Pelourinho proporciona a dinamização e caracteriza um circuito de empreendedorismo e cultura.

Mais que um projeto cultural, o evento será fundamentado no fomento ao empreendedorismo como ferramenta de inclusão social e desenvolvimento socioeconômico dos afrodescendentes, e na valorização da cultura negra.

2. AFROEMPREENDEDORISMO: POTENCIALIDADES E DESAFIOS

2.1 Empreendedorismo: breve contexto histórico

O ato de empreender é uma prática antiga, perpassa por alguns séculos e ao longo do tempo vem sendo reinventado pelo indivíduo empreendedor. Do francês “*entrepeneur*” que significa fazer algo ou empreender, o empreendedorismo tem na sua definição algo muito subjetivo, existem variações no seu conceito devido a consideráveis contribuições vindas de diversos autores.

Na metade do século XX, o economista austríaco Joseph Schumpeter, em 1950, relacionou a palavra empreendedorismo a um ato criativo e capaz de fazer sucesso com inovações. Em 1970, Peter Drucker, também economista austríaco introduziu um conceito de risco, para ele uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio (OLIVEIRA, 2012). Segundo Drucker, empreendedorismo é prática:

O trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente [...] Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática. (DRUCKER, 1974 *apud* OLIVEIRA, 2012, p.2)

Mas antes mesmo do século XX já se falava de empreendedorismo, no século XVII a abordagem era sobre a relação entre assumir riscos e o ato de empreender. Já no século XVIII, tratava-se da divergência entre o indivíduo capitalista e o empreendedor. Seja nos séculos passados ou nos dias atuais, na prática o empreendedorismo pode ser visto como a capacidade de idealizar, coordenar e desenvolver projetos, serviços ou negócios assumindo sempre o risco do grau de criatividade e inovação dos seus empreendimentos.

Para Dolabela, empreendedorismo é:

[...] fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em um clima de emoção e é capaz de assimilar e experiência de terceiros. (DOLABELA, 1999 *apud* OLIVEIRA, 2012)

E é também pautada nesse contexto abordado por Dolabela do empreendedorismo relacionado a hábitos, práticas e valores que se dará a discussão a seguir sobre o afroempreendedorismo.

2.2 Empreender como ato de resistência

No Brasil, atualmente o empreendedorismo tornou-se uma alternativa para fugir de um cenário de crise econômica, crise essa que atinge em sua maioria a população negra, grupo historicamente discriminado. Para pessoas negras empreender quase sempre significa necessidade e sobrevivência. “[...] entre brancos, cada vez mais a motivação de se abrir um negócio é a oportunidade, enquanto para os negros a necessidade ainda predomina. [...]” (THOBIAS JUNIOR, 2014, p.236)

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017 apud VELASCO, 2018) no 4º trimestre de 2017 profissionais negros que são quase 55% da população ganhavam em média cerca de R\$ 1,2 mil a menos do que os brancos. Entre os desempregados do país a população negra representava 63,7% no final de 2017. (IBGE, 2017). Negras e negros também representam cerca de 75% da população pobre. (MUNDO S/A, 2018)

Desigualdades como essas são reflexo do passado perverso vivido no Brasil durante mais de 350 anos, a era colonial foi responsável por quase quatro séculos de escravização de negras e negros e isso traz consequências até os dias atuais. “O tráfico negreiro é considerado, por sua amplitude e duração, como uma das maiores tragédias da história da humanidade [...]” (MUNANGA e GOMES, 2006, p.18)

Milhões de africanos foram arrancados de suas raízes e deportados para os continentes da Ásia, Europa e América, nos porões de navios foram transportados como mercadorias, como animais, muitos morriam durante a viagem devido a condições desumanas que eram submetidos. Os que foram trazidos para o Brasil serviram como força de trabalho nas lavouras produzindo as riquezas que ajudaram a construir a base econômica do Brasil-colônia, nos serviços domésticos e em todo tipo de trabalho subalterno (ambulantes, carregadores, etc.). Entre todos os países do mundo envolvidos na escravidão, o Brasil foi o último a abolir.

O fim da escravidão não significou o fim do sofrimento, os escravizados não tiveram amparo, nenhuma política pública foi criada para garantir aos negros seguir suas vidas com dignidade, sem a garantia de direitos e na condição de ex-escravo os negros foram obrigados a viver à margem da

sociedade e mesmo após 131 anos da abolição a negação de direitos continua sendo vivida pelos afro-brasileiros, descendentes daqueles que sofreram nas mãos da elite branca daquela época.

E diante de uma disparidade socioeconômica que se arrasta por séculos, o empreendedorismo torna-se para boa parte da população negra um processo de inclusão social, motivados por situações como desigualdade salarial, desemprego e preconceito, negras e negros decidem abrir seu próprio negócio expandindo um fenômeno econômico e cultural chamado afroempreendedorismo.

2.3 Herança Africana

Os africanos trazidos para o Brasil deixaram contribuições demográficas, culturais e econômicas. Ajudaram no povoamento do Brasil, tão grande era o tráfico negreiro, trouxeram influências para a língua portuguesa, a religiosidade, a dança, a música, a arquitetura, etc. e com a força de trabalho produziram riquezas gratuitamente para a sociedade da época.

Os negros que não trabalhavam nas lavouras ou nos serviços domésticos eram transformados pelo seu proprietário em um escravo de ganho¹. Nesse caso o escravo trabalhava como prestador de serviço transportavam cargas e pessoas, cuidavam de algum estabelecimento, fabricavam utensílios. As mulheres eram amas de leite, doceiras e vendedoras ambulantes. Boa parte dos lucros era destinada ao seu proprietário e a pequena renda que sobrava eles usavam para se alimentar melhor ou comprar sua liberdade.

Matilde Ribeiro afirma que, “[...] Pode-se dizer que o Brasil tem, na cultura empreendedora, a herança dos povos africanos e da escravização.” (RIBEIRO, 2014, p.257). Empreender faz parte da ancestralidade negra, mas nem sempre se caracterizou como um ato de necessidade e sobrevivência. Na África pré-colonial o empreendedorismo surgia como oportunidade de

¹ “[...] Os “negros de ganho”, que também eram escravos, tinham mais mobilidade que os negros das fazendas, podendo circular por toda a cidade com certa facilidade, embora fossem tratados com desprezo e violência. Alguns, economizando a pequena parte dos ganhos que seus donos lhe deixavam, conseguiam comprar a alforria.” (SANT’ANNA, GUIMARÃES e GARCIA, 2006, p.64)

negócios, o comércio se consolidou como base econômica desde a construção das primeiras comunidades africanas.

As famílias que povoavam vilarejos e grupos étnicos trocavam suas habilidades e mercadorias (pesca, agricultura, artesanato, forja de ferro, etc.) entre si, e dessas negociações surgiram feiras livres e mercados. Com o tempo, as cidades cresceram e pessoas de outras culturas começaram a fazer parte desse ciclo, se estabeleceu então uma rota comercial e fonte de abastecimento de viajantes. Para equilibrar as trocas criou-se a moeda, búzios² foram introduzidos como moedas em certas regiões enquanto que em outras se utilizava barras de cobre e ferro.

Esse modelo de negócio tinha liberdade econômica e uma característica familiar, importante lembrar que a presença feminina no comércio sempre foi forte. “Em África, na região Yorubá as mulheres tiveram e têm ainda hoje papel crucial na organização das cidades, já que é a partir do ambiente dos mercados populares (lugares exclusivos das mulheres) que ali a vida acontecia.” (GRILO *apud* BAOBÁ, 2017)

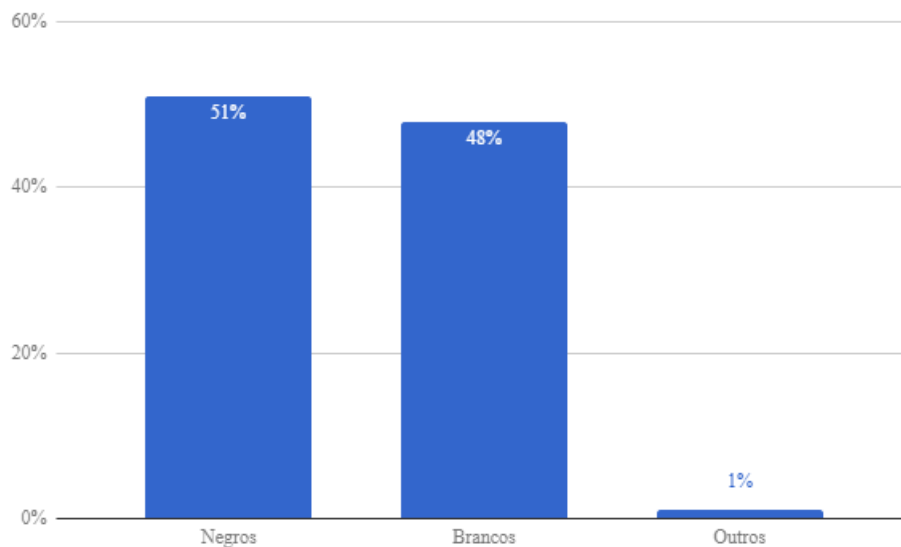
2.4 Valorização da Cultura Negra e Afirmação de uma Identidade

O afroempreendedorismo não quer dizer apenas que se trata de empreendimentos administrados por pessoas negras preocupadas com a geração de renda, existe uma ideologia de engajamento, esses empreendedores têm em comum o desejo que sua marca passe uma ideia de representatividade e promova a valorização de uma cultura, de uma identidade.

É um segmento que cresce, dados levantados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) a partir de informações de um estudo feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apontam que a maioria da população empreendedora é negra, em 2014 dos 24,9 milhões de empreendedores do país 12,8 milhões se declararam negros, como aponta o gráfico abaixo esse número equivale a 51% de afroempreendedores. (SEBRAE, 2016)

² Os búzios também chamados de cowris ou zimbo são moluscos marinhos (conchas de praia) de vários tamanhos, em forma de fuso. Atualmente são utilizados em religiões de matriz africana para adornos aplicados nas roupas dos Orixás, em colares e como objetos de comunicação com os Orixás em consultas ao futuro. Artesãos também costumam utilizá-los para confeccionar joias, objetos decorativos, etc.

PERFIL DOS EMPREENDEDORES POR COR, RAÇA



Fonte: DataSebrae

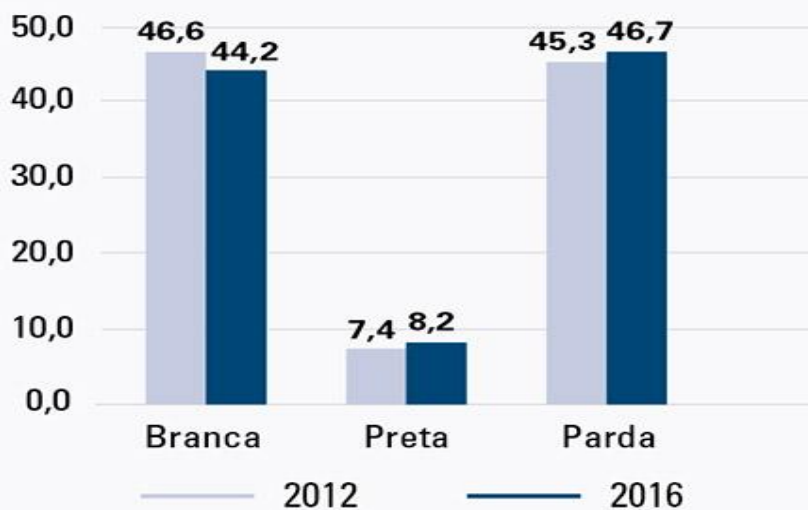
Sobre a produção para consumo a partir do empreendedorismo negro Alex Almeida diz que “Essa produção, por fim, é ao mesmo tempo um processo de mercantilização e um elemento a mais no jogo complexo das relações sociais que envolvem raça, etnia e construção de identidade [...]” (ALMEIDA, 2014, p.220)

Contudo, o afroempreendedorismo tem na sua essência a inovação e com produtos e marcas voltadas para a cultura negra funciona também como um canal para temas urgentes como inclusão, racismo e empoderamento.

2.5 O Black Money e a Busca por Representatividade

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), diz que 44,2% da população se autodeclararam brancos enquanto 46,7% pardos e 8,2% pretos. Os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) apresentada em 2017 pelo IBGE mostra que entre 2012 e 2016 o número de pessoas que se autodeclararam brancas diminuiu enquanto aumentou em quase 15% o número de pessoas que se autodeclararam pretas. Confira no gráfico abaixo:

PNAD-C | Distribuição da população, por cor ou raça Brasil - 2012-2016



Fonte: IBGE - Diretoria de Pesquisas, DPE

Esse resultado significa dizer que cada vez mais a população negra está se reconhecendo em relação à própria cor. E à medida que a população se autodeclara negra ela procura por produtos e serviços que tenham a ver com sua especificidade, essa busca por representatividade vem impulsionando um movimento de mercado chamado *Black Money* que significa dinheiro negro em português, esse movimento propõe que o dinheiro gasto pela população negra circule em torno dela e dos seus negócios no intuito de gerar riqueza entre a comunidade negra.

Nos Estados Unidos existem mais de 90 bancos negros que falam de *Black Money* diretamente, sendo que a sua população é formada por apenas 14% de afrodescendentes. No Brasil esse movimento ainda vem sendo estimulado, aos poucos ganha força através do afroempreendedorismo que tem responsabilidade direta no estímulo desse movimento. E se de um lado existe uma população que cada vez mais se reconhece enquanto pessoas negras e vão em busca de representatividade do outro lado existe empreendedores dispostos a criar produtos específicos para essa população.

Em 2017, o Instituto Locomotiva³ realizou uma pesquisa mostrando que consumidores negros não se identificam com a publicidade na TV e esperam das marcas maior representatividade, são 94% de negros brasileiros que não se sentem representados, outra pesquisa do mesmo ano feita pelo Think Etnus⁴ diz que 61% dos negros brasileiros, afirmam que comprariam mais de marcas que o representassem. (ETNUS, 2017)

2.6 Racismo Estrutural: adversidades no caminho dos afroempreendedores

Afrodescendentes representam metade da população brasileira e segundo o Instituto Locomotiva movimentam cerca de R\$ 1,7 trilhão por ano, sendo que 29% têm o seu próprio negócio, totalizando 14 milhões de empreendedores negros no país (LOCOMOTIVA, 2019), mesmo assim ainda são considerados por muitos como mercado de nicho.

Há um futuro promissor para o afroempreendedorismo no Brasil, o que ainda falta é a facilidade no financiamento, linhas de crédito, fomento, investidores que enxerguem esse mercado como potência.

O mito da democracia racial serviu para contribuir com um modelo econômico extremamente desigual, negros ficaram à margem do projeto de desenvolvimento do país, vivendo numa sociedade preconceituosa e racista, com grandes diferenças socioeconômicas e um forte racismo estrutural. E são situações como a discriminação racial que dificultam o avanço de afroempreendedores.

“Empresários negros têm o seu pedido de crédito negado três vezes mais do que os brancos”. É o que afirma Eugene Cornelius Junior, chefe do escritório de comércio internacional da *Small Business Administration (SBA)*⁵, agência do governo dos Estados Unidos que oferece serviços semelhantes ao SEBRAE. Em 2017, durante o evento *Desvendando os Códigos do Afro-Empreendedorismo*⁶ em que participou como palestrante Cornelius Junior

³ <https://www.ilocomotiva.com.br/>. Acesso em: março de 2019.

⁴ <http://www.etnus.com.br/>. Acesso em: março de 2019.

⁵ <https://www.sba.gov/>. Acesso em: abril de 2019.

⁶ Evento realizado em 18/05/2017 pelo Instituto Feira Preta e Black Codes em parceria com o Consulado Americano, em São Paulo, e o Cubo Eventos.

constatou que a origem racial é um dos principais motivos da dificuldade em conseguir crédito. (CORNELIUS apud GELEDÉS, 2017)

Essa realidade faz com que muitos fiquem na informalidade pelo difícil acesso ao crédito. De acordo com o Instituto Locomotiva dos 14 milhões de empreendedores, 82% não têm CNPJ⁷ e 57% diz sofrer preconceito na hora de abrir seu próprio negócio no Brasil. (LOCOMOTIVA, 2018 *apud* MONTEIRO, 2018)

2.7 Aceleradoras de Negócios: um incentivo ao afroempreendedorismo

Em 2017, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)⁸ criou um programa para afroempreendedores com o objetivo de investir US\$ 500 mil dólares nesse mercado. O *Inova Capital – Programa de Apoio aos Empreendedores Afro-Brasileiros* propõe identificar empreendedores negros com ideias inovadoras, negócios de alto potencial de crescimento e com impacto social e ambiental, preparar os afro-empreendedores para receber investimento e apresentar seus negócios a investidores.

Diante de um cenário desigual onde negras e negros mesmo sendo a maioria da população brasileira e empreendedora ainda tem menos oportunidades, iniciativas para quebrar essa barreira são fundamentais. E é nesse contexto de criar para a população afroempreendedora possibilidades de expansão que surgem iniciativas como a do BID e de organizações atuantes como aceleradoras de negócios. Listo aqui algumas delas que estão espalhadas pelo Brasil e cumprem um papel de inclusão:

- BlackRocks⁹

Black Rocks é uma organização de São Paulo que atua como aceleradora de startups lideradas por pessoas negras. Oferece através de diversas ações o acesso da população negra ao ecossistema de inovação e tecnologia possibilitando que todos os envolvidos tenham maior diversidade em

⁷ CNPJ é a sigla para Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, um número único que identifica uma pessoa jurídica junto à Receita Federal brasileira (órgão do Ministério da Fazenda).

⁸ <https://www.iadb.org/pt>. Acesso em: março de 2019.

⁹ <http://www.blackrocks.com.br/>. Acesso em: abril de 2019.

suas ações. Capacitações, programa de aceleração, ações de mentorias e intermediação de negócios são algumas das ações que a BlackRocks desenvolve.

- Movimento Black Money - MBM¹⁰

O Movimento Black Money é um agente de desenvolvimento do ecossistema afroempreendedor. Estimulam o espírito inovador de empreendedores e jovens negros para a criação de diferenciais competitivos no mercado. Com foco em comunicação, educação e empreendedorismo, o MBM produz conteúdos nas áreas de inovação, tecnologia e finanças além de, ofertar cursos de curta duração nas áreas de marketing, gestão e tecnologia.

- Rede Brasil Afroempreendedor - REAFRO¹¹

A Reafro é uma rede nacional criada em 2015, para fomentar e estimular a atividade empresarial de afro-brasileiros. Abrangendo 12 estados a rede estimula e apoia o afroempreendedorismo brasileiro e incentiva as relações de negócios com estratégias focadas na conquista de mercado e na redução das desigualdades raciais decorrentes do racismo estrutural.

- Vale do Dendê¹²

A Vale do Dendê é uma *holding*¹³ social que existe desde 2016 e fomenta ecossistemas de inovação e criatividade com foco em diversidade. Atuando especialmente no fomento ao ecossistema de Salvador, Bahia, o grupo investe em negócios de impacto social e econômico, forma talentos criativos e presta serviços para órgãos públicos e privados por meio de uma consultoria de estratégia.

¹⁰ <https://movimentoblackmoney.com.br/>. Acesso em: março de 2019.

¹¹ http://www.reefro.org/_site/index.asp. Acesso em: abril de 2019.

¹² <http://www.valedodende.org/>. Acesso em: março de 2019.

¹³ *Holding* em português, posse, é uma sociedade gestora de participações sociais que administra conglomerados de um determinado grupo. Tem o objetivo de melhorar a estrutura de capital, ou de criar e manter parceria com outras empresas.

Alex Almeida afirma que:

“[...] Em um contexto social marcado pelo racismo e pela ideologia do branqueamento, ser empresário (a) negro (a) tem um significado adicional: a cor interfere nas suas estratégias, o racismo institucionalizado na sociedade brasileira atua como fator importante, ora inviabilizando as tentativas desses empresários, ora lhes proporcionando dificuldades adicionais.” (ALMEIDA, 2014, p.204)

Essa constatação mostra a importância do trabalho realizado por organizações como as citadas anteriormente (que inclusive são comandadas por pessoas negras), e reforçam que políticas públicas também são necessárias para auxiliar no desenvolvimento e fortalecimento de empreendimentos negros. O Governo do Estado da Bahia, por exemplo, sancionou em 2014 a lei 13 208/2014¹⁴ que instituiu a Política Estadual de Fomento ao Empreendedorismo de Negros e Mulheres (PENM), que tem como objetivo criar condições para aumentar a inclusão, a produtividade e o desenvolvimento sustentável de empreendimentos liderados por negros e mulheres.

A lei também criou uma comissão gestora coordenada pela Secretaria de Promoção da Igualdade Racial (SEPROMI)¹⁵ para acompanhar, monitorar e supervisionar a execução da política. Enquanto alguns agentes financeiros ainda se recusam a reconhecer a potencialidade de empreendimentos negros, afroempreendedores resistem no mundo dos negócios se mantendo na informalidade ou através das iniciativas de instituições que cumprem sua missão combatendo o racismo e fortalecendo esse mercado em potencial.

¹⁴ <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=279552>. Acesso em: maio de 2019.

¹⁵ <http://www.sepromi.ba.gov.br/>. Acesso em: maio de 2019.

3. O PROJETO

Diante da importante discussão sobre afroempreendedorismo como um fenômeno econômico e de inclusão social, além de também servir como ferramenta de representatividade e valorização da cultura afro, o *Ujima - Circuito Afroempreendedor* pretende promover a produção de cultura negra através do afroempreendedorismo, auxiliar no aumento da visibilidade de empreendedores negras e negros de Salvador, incentivar o fomento do movimento *black money* e a capacitação empreendedora além de promover discussões sobre temas relevantes ao mundo do empreendedorismo negro.

Entre os dias 06 e 08 de novembro de 2020, o Pelourinho receberá uma feira de afroempreendedores de Salvador que irá dialogar com diversas atividades que promovem o fortalecimento da cultura negra. Na programação o público encontrará moda, beleza, música, poesia, literatura, dança, exposição de artes visuais, oficinas, bate-papos, relatos de experiência, gastronomia, exibição de filmes e um espaço *kids*. A Feira e demais atividades acontecerão em diferentes espaços do Pelourinho caracterizando um grande circuito de empreendedorismo e cultura.

Das vagas destinadas para exposição de produtos dos afroempreendedores 60% serão destinadas às mulheres, por serem maioria entre a população empreendedora e também para realizar uma ação simbólica de reparação diante de tantas violações de direitos que elas enfrentam ao decorrer dos anos, consequências do patriarcado¹⁶ existente no Brasil desde a era colonial. Mulheres, em sua maioria negras e de baixa renda, seguem sendo vítimas do machismo, sexismo, misoginia e de altos índices de feminicídio até os dias de hoje.

Para expor seus produtos ou serviços, os afroempreendedores participarão de uma seleção de curadoria, depois de selecionados pagarão uma taxa no valor de R\$ 80,00 que dará direito a participar da feira durante os três dias de evento. A programação será gratuita com exceção dos principais

¹⁶ Patriarcado é um sistema social que se caracteriza pela dominação masculina na sociedade, homens mantêm o poder primário e predominam na liderança de instituições políticas, sociais, familiar, etc.

shows musicais que acontecerão em área paga sendo cobrada uma tarifa social no valor de R\$ 5,00 (meia-entrada) e R\$ 10,00 (inteira).

Farão parte da programação uma feira de produtos e serviços realizados por afroempreendedores, a exposição *Coroa de Ouro*, Paulo Rogério, Luciane Neves, Antônio Pita, André Santana, Renata Dias, Dandara Lopes e Val Benvindo convidados para o *Papo Empreendedor*, Sandro Sussuarana convidado para as intervenções poéticas, Gustavo Lisboa, Rogério Teixeira, Robson Correia, Danilo Almeida, Jasimmay Dandara, Paulo Côrtes e Ítala Herta convidados para ministrar as oficinas, Negra Jhô e Viviane Vergasta convidadas para apresentar relatos de experiência, o Grupo de Capoeira Topázio, o Bando de Teatro Olodum, a equipe do espetáculo Circuito Jorge Amado - Teatro de Rua e Maracatu Ventos de Ouro convidados para as intervenções artísticas e culturais, as apresentações musicais ficará por conta de Ilê Ayiê, Ganhadeiras de Itapuã, Nara Couto, Carlinhos Brown, Margareth Menezes, Baiana System, Black In Samba, Samba do Pretinho, Mariene de Castro, Samba de Oyá, DJ Sakonfa, Muzenza, Gabi Ferreira e Juliana Ribeiro.

Baseado nessa curadoria o evento será fundamentado no fomento ao empreendedorismo como ferramenta de inclusão social e desenvolvimento socioeconômico de afrodescendentes e na valorização da cultura negra. No intuito de reforçar a relevância desse projeto foi realizado um diagnóstico cultural a partir de um levantamento de projetos similares e uma análise SWOT¹⁷ - PFOA em português, além de um plano de comunicação e mídia.

3.1 Diagnóstico Cultural: projetos que inspiraram o Ujima - Circuito Afroempreendedor

Diversos projetos culturais vêm protagonizando o afroempreendedorismo em Salvador e em outras cidades de estados brasileiros possibilitando sua expansão. Alguns desses projetos serviram como

¹⁷ Análise SWOT é uma ferramenta de gestão que avalia os ambientes interno e externo de um empreendimento no intuito de elaborar um planejamento estratégico formulando táticas para melhorar o desempenho no mercado. SWOT é a sigla em inglês para *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Em português pode ser chamada de PFOA (Potencialidades, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças) ou ainda de FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

fonte de inspiração para a criação do *Ujima - Circuito Afroempreendedor*, e para ter uma maior compreensão dessa proposta é necessário conhecê-los.

1) *Festival Feira Preta*¹⁸

O *Festival Feira Preta* surgiu em 2002 como uma feira de produtos de afroempreendedores com apenas 40 expositores numa praça de São Paulo. Atualmente, se transformou num festival e é considerado o maior evento de Cultura Negra da América Latina. O evento traz uma proposta de um conjunto de iniciativas colaborativas que reforçam a identidade afro-brasileira. Apresentando produtos, serviços e soluções criativas voltadas para a população afrodescendente, valoriza a cultura negra e estimula o empreendedorismo étnico na economia nacional.

Nos últimos anos o *Festival Feira Preta* mobilizou cerca de 120 mil pessoas em todo o país, recebeu 700 empreendedores do Brasil e da América Latina e 600 artistas nacionais e internacionais gerando um faturamento de mais R\$ 4 milhões (FEIRA PRETA, 2019). O evento expandiu após a parceria da Empreendedora Cultural Adriana Barbosa, criadora da *Feira Preta* com a Ong Artemisia¹⁹ que financia jovens empreendedores, após essa parceria Adriana percebeu que a *Feira Preta* se tratava de um negócio de impacto social, mas que precisava gerar riqueza.

A primeira edição do evento teve um investimento de R\$ 20 mil, na edição de 2018 o investimento foi de R\$ 500 mil. Desde 2017 o ingresso é gratuito e o faturamento vem de expositores e projetos com marcas parceiras²⁰. A feira acontece anualmente em novembro, na capital paulista em meio às comemorações do Dia da Consciência Negra. Já teve edições no Rio de Janeiro e São Luís sempre recebendo expositores nas áreas de moda, gastronomia, música, *design*, tecnologia. Na sua última edição realizada em novembro de 2018, a programação do evento contou com a presença da Cantora Elza Soares, dentre outros artistas. A criadora do projeto pretende expandi-lo para a Colômbia, que tem a segunda maior população negra das

¹⁸ <http://feirapreta.com.br/>. Acesso em: março de 2019.

¹⁹ <https://artemisia.org.br/>. Acesso em março de 2019.

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=us126L6BKOg>. Acesso em: março 2019.

Américas, e também para Estados Unidos e os países de língua portuguesa da África.

2) *Afrotonizar*²¹

O *Afrotonizar* surgiu em 2017 a partir de um desejo da Produtora Executiva Naymare Azevedo em fazer alguma ação direta para a população negra. De um processo de afirmação e empoderamento da sua identidade negra ela pensava em como desenvolver para jovens negras e negros, ações que pudessem evoluir seus potenciais criativos.

O projeto propôs a formação e promoção do empreendedorismo criativo da população negra em bairros populares da cidade de Salvador (Curuzu, Ladeira da Preguiça, Uruguai e Plataforma), ajudando jovens negros na evolução do seu pensamento criativo e a criarem redes de criatividade nos espaços onde ocupam. Foram oferecidas gratuitamente oficinas de economia criativa, gastronomia, moda, audiovisual e cosméticos no intuito de potencializar os trabalhos criativos já existentes em cada bairro e o desenvolvimento de outros empreendimentos, assim como incentivar o crescimento socioeconômico e novos modelos colaborativos nas comunidades. O projeto foi financiado pelo Fundo de Cultura da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (Secult BA)²².

3) *Feira de Empreendimentos Negros Solidários*²³

Idealizada pelo Coletivo de Entidades Negras (CEN)²⁴, a *Feira de Empreendimentos Negros Solidários* surgiu em 2018 com o objetivo de comercializar produtos produzidos por empreendedores negros dando maior visibilidade e força às suas respectivas marcas. A Feira aconteceu uma vez por mês entre julho e outubro do mesmo ano, no Centro Histórico de Salvador.

Roupas étnicas, acessórios, calçados, cosméticos e vestimentas religiosas eram alguns dos produtos oferecidos por 16 empreendedores negros, em sua maioria mulheres e jovens. A feira também tinha como atrativos

²¹ <https://www.facebook.com/afrotonizar/>. Acesso em abril de 2019.

²² <http://www.cultura.ba.gov.br/>. Acesso em abril de 2019.

²³ <http://www.cenbrasil.org.br/primeira-edicao-da-feira-de-empreendedores-negros-solidarios-agitou-o-fim-de-semana-no-pelourinho/>. Acesso em: março de 2019.

²⁴ <http://www.cenbrasil.org.br>. Acesso em março de 2019.

culinária, música, teatro e poesia. A primeira edição do evento homenageou o Dia Internacional das Mulheres Negras Latino-Americanas e Caribenhas, comemorado no mês de julho. Ilê Aiyê, Filhas de Gandhi, DJ Nai Sena, Banjolada e Márcia Short estavam entre as atrações culturais.

O projeto foi financiado pelo Edital da Década Afrodescendente, promovido pela Secretaria de Promoção da Igualdade Racial da Bahia (SEPROMI). Como produto componente do projeto o CEN criou uma loja colaborativa que possibilitou aos empreendedores um local fixo para comercializar suas marcas mesmo após o final do projeto.

4) *Mercado laô*²⁵

Criado em 2015, o Mercado laô é um projeto da Associação Fábrica Cultural²⁶ que tem como Presidente a Cantora Margareth Menezes. Realizado aos domingos durante o verão baiano no bairro da Ribeira, em Salvador reúne artesanato, gastronomia, moda, decoração e diversas linguagens artísticas objetivando situar a cultura como um processo de desenvolvimento socioeconômico da cidade, principalmente da região da Península de Itapagipe²⁷.

Em um mesmo local é possível encontrar feira de economia criativa (predominam os produtos que têm relação com a cultura negra), exposição, roda de conversas, espaço para entretenimento das crianças e apresentações musicais comandadas pela Cantora Margareth Menezes que traz sempre artistas convidados na abertura e durante sua apresentação.

Aproximadamente 90 a 100 empreendedores passam pelo mercado a cada edição do evento, são de diversas partes da cidade em sua maioria de bairros localizados na cidade baixa. A cada temporada o mercado recebe um público com cerca de 50 mil pessoas, mais de 900 empreendimentos já passaram pelo projeto que movimenta em média R\$ 600 mil. O público tem

²⁵ <https://www.facebook.com/Mercadolao/>. Acesso em setembro 2019.

²⁶ <http://www.fabricacultural.org.br/>. Acesso em setembro 2019.

²⁷ A Península de Itapagipe compreende a região da cidade baixa, onde se situam os bairros Alagados, Boa Viagem, Bonfim, Monte Serrat, Ribeira, Uruguai, Mares, Roma, Caminho de Areia, Vila Ruy Barbosa, Massaranduba, entre outros.

acesso gratuito até metade do dia após determinado horário é cobrado um valor de R\$ 20,00 (inteira) ou R\$ 10,00 (meia entrada).

A diversidade artístico-cultural, o fomento ao empreendedorismo e o resgate da identidade cultural baiana define esse projeto, cuja proposta é funcionar como um centro de economia criativa, artes e entretenimento para os moradores de Salvador, com reflexo no turismo cultural baiano.

Além de todos esses projetos terem sido idealizados por pessoas negras, em seus diferentes formatos eles têm em comum como pano de fundo o empreendedorismo numa perspectiva de desenvolvimento econômico da população negra, afirmação de identidade e valorização de uma cultura. Ações desse tipo também auxiliam no aumento de visibilidade dos empreendimentos negros.

3.1.1 Análise SWOT - PFOA

Essa análise serve como uma ferramenta estratégica para diagnosticar aspectos que podem beneficiar ou prejudicar o projeto. Tais aspectos são de ordem interna (potencialidades e fraquezas), que são praticáveis de serem melhorados ou solucionados, e externa (oportunidades e ameaças), que fogem do controle da gestão do projeto, mas que com conhecimento prévio possibilita a tomada de ações para maximizar ou minimizar impactos.

Podem ser considerados como potencialidades deste projeto o afroempreendedorismo como um campo em crescimento, uma vez que afrodescentes representam a maioria da população empreendedora (mais de 50%), o aumento do reconhecimento da população negra em relação à própria cor e a sua busca cada vez maior por representatividade em produtos e serviços. Todos esses fatos podem significar algo positivo em relação ao público que o projeto pretende atingir.

Outra potencialidade são as atrações que compõem a programação, dentre as atrações estão nomes que atraem uma grande demanda de público, principalmente as atrações musicais que em sua maioria são artistas já consagrados no cenário musical baiano e nacional. A escolha do local para a realização do evento também é uma potencialidade, pois devido às comemorações do Dia da Consciência Negra se torna um dos pontos da cidade mais movimentados durante novembro, mês de realização do evento.

A falta de experiência do evento apresenta-se como uma fragilidade, pois, a ausência de edições anteriores e por consequência de portfólio para comprovar a relevância do projeto e do alcance de público dificulta o processo de obtenção de patrocínio. O local do evento que é uma potencialidade também se apresenta como umas das fragilidades do projeto justamente pelo fato de agregar no mesmo período de realização do *Ujima - Circuito Afroempreendedor* outras atividades relevantes para a população negra.

Vejo como oportunidade nesse projeto a possibilidade de participar de editais de cultura específicos voltados para a promoção da igualdade racial e desenvolvimento da população negra. A participação em editais também dá a chance do projeto se tornar um evento fixo no calendário das comemorações do novembro negro do governo do estado ou município.

Por se tratar de um evento que tem pessoas negras como público em potencial, sendo as mulheres maioria e levando em consideração que marcas de cosméticos cada vez mais se preocupam em investir em tecnologias para produtos voltados para cabelos crespos e a pele negra, o apelo ao segmento privado pode se configurar como uma oportunidade.

Os diversos eventos realizados no mês da Consciência Negra, principalmente os similares ao formato do *Ujima - Circuito Afroempreendedor* representam uma ameaça a partir do momento em que pretendem atingir o mesmo público-alvo.

3.2 Plano de Comunicação e Mídia

3.2.1 Objetivo

A comunicação do evento pretende despertar o sentimento de representatividade no público-alvo para aproximá-los da proposta do evento e dos convidados além de, ajudar na visibilidade dos afroempreendedores que irão expor seus produtos e serviços. É importante que o público sinta-se representado para assim, contribuir no fortalecimento da cadeia produtiva do afroempreendedorismo e juntamente com os convidados debater assuntos urgentes para a população negra como desenvolvimento socioeconômico e inclusão social.

3.2.2 Informações

a) Produto

O *Ujima - Circuito Afroempreendedor* é um evento que acontecerá de 06 a 08 de novembro de 2020, no Pelourinho, e terá na sua programação uma feira de afroempreendedores de Salvador que irá dialogar com diversas atividades que promovem o fortalecimento da cultura negra. Na programação o público encontrará moda, beleza, música, poesia, literatura, dança, manifestações artísticas e culturais, exposição de artes visuais, oficinas, bate-papos, relatos de experiência, gastronomia, exibição de filmes e espaço infantil.

b) Situação de Mercado

Na cidade de Salvador existem eventos que incentivam o afroempreendedorismo no intuito de fortalecer essa cadeia produtiva. Mas, conforme apresentado no diagnóstico cultural os eventos considerados concorrentes embora tenham características parecidas com o *Ujima* no que tange a unir o afroempreendedorismo às diversas linguagens culturais promovendo a valorização da cultura negra e a discussão de questões sociais, não costumam dinamizar o espaço de realização do evento. A ideia de circuito a que este projeto se propõe é dinamizar boa parte da região onde será realizado o evento, criando um impacto positivo não apenas para os afroempreendedores e público-alvo, mas também para a comunidade local.

c) Concorrência

A *Feira de Empreendimentos Negros Solidários*, a *Feira de Afroempreendedores*²⁸ e a *Feira da Sé*²⁹ são concorrentes do *Ujima - Circuito Afroempreendedor* por terem formatos parecidos e acontecerem no mesmo local. Além disso, as duas primeiras embora sejam produtos pontuais de um edital específico realizado no ano de 2018 possuem o mesmo público-alvo que o *Ujima - Circuito Afroempreendedor*. Já a *Feira da Sé* apesar de não atender exclusivamente a população negra e também ter sua primeira edição realizada

²⁸ <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/feira-reune-afroempreendedores-no-pelourinho-ate-domingo-18/>. Acesso em maio de 2019.

²⁹ <https://www.salvadorbahia.com/eventos/a-feira-da-se/>. Acesso em maio de 2019.

no ano de 2018 apresenta-se como maior periodicidade e relevante alcance de mídia.

d) Público-alvo

Afroempreendedores de Salvador, gestores e representantes do poder público e da cultura, produtores e agentes culturais, e afrodescendentes jovens e adultas (os) que se interessam por produtos e serviços que valorizam a cultura negra e assuntos ligados a empreendedorismo, empoderamento e discriminação racial.

e) Estratégia

Devido ao grande alcance que a internet nos proporciona, as redes sociais serão as principais mídias utilizadas, porém, as mídias tradicionais não serão descartadas, elas serão fundamentais no suporte da divulgação. Auxiliando uma divulgação massiva nas redes, pretende-se também fazer uso de uma assessoria de imprensa, elaborar materiais gráficos, realizar panfletagem durante ações promocionais em shows, teatros, bares e restaurantes de Salvador e criar um *web site* com conteúdos sobre o evento.

f) Veiculação

Salvador.

g) Período de Veiculação

Início em agosto, três meses anteriores ao início do evento.

3.2.3 Objetivos de Mídia

a) Alcance

O *Ujima - Circuito Afroempreendedor* deve ter um alcance de divulgação de médio porte pretendendo atingir uma média de cinco mil pessoas durante o evento.

b) Frequência

O evento pretende integrar o calendário de eventos do estado consolidando-se como um dos principais eventos em comemoração ao mês da Consciência Negra na cidade de Salvador.

3.2.4 Meios

Através de um intenso trabalho de assessoria de imprensa, este plano pretende firmar parcerias com as principais emissoras de TV da Bahia. O *Ujima - Circuito Afroempreendedor* tem na sua programação a presença de alguns artistas conhecidos nacionalmente, o que possibilita a geração de mídia espontânea. Serão utilizados para divulgação os seguintes meios de comunicação:

a) TV aberta

TVE - 10.1; Rede Bahia - 11.1; TV Aratu - 4.1; Rede Record - 5.1; TV Kirimuré - 10.2.

b) Rádio

Bahia FM - 88.7; Globo FM - 90.1; Itaparica FM - 91.3; Joven Pan - 91.3; Piatã FM - 94.3; Itapoan FM - 97.5; Band News - 99.1; Transamérica Pop - 100.1; Metrópole - 101.3; Sociedade FM - 102.5; A Tarde FM - 103.9; Nova Brasil FM - 104.7; Educadora FM - 107.5.

c) Jornal

Massa, Correio, A Tarde, Tribuna da Bahia, Metrópole.

d) Internet

Redes Sociais: Facebook, Instagram.

Sites: Agenda Cultural do Estado - <http://agendacultural.ba.gov.br>; Correio Nagô - <http://www.correionago.com.br>; Aldeia Nagô - www.aldeianago.com.br; Blog da Cultura - www.plugcultura.wordpress.com; Ibahia - www.ibahia.com; Bahia Notícias - www.bahianoticias.com.br; A Tarde

Online - atarde.uol.com.br; G1 - www.g1.globo.com/ba; Portal Soteropreta - <http://portalsoteropreta.com.br/>; Geledés - <https://www.geledes.org.br/>;

e) Peças Gráficas/Divulgação

Cartazes; Panfletos; Spot; VT; Teaser; Outdoor; Busdoor; Banner virtual; Web flyer; Release; Boxtruss.

4. DO SURGIMENTO À ELABORAÇÃO DO PROJETO

4.1 Idealização

Diante da minha segunda graduação acreditava que seria fácil passar por mais um rito de passagem que é a elaboração de um trabalho de conclusão de curso - TCC, mas eu estava enganada, diversas situações dificultaram o meu processo criativo e intelectual. Mas, antes de comentar sobre os motivos que dificultaram esse processo preciso explicar de como cheguei ao tema proposto.

Durante a conclusão da minha primeira graduação no curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia -UNEB, passei pela frustração de não abordar um tema de minha preferência, acabei trabalhando um tema que me interessava mas que nem de longe cumpria o objetivo que pretendia alcançar.

Enquanto mulher negra, meu desejo era trabalhar um tema que me conectasse com minha ancestralidade, lembro de durante a disciplina de Elaboração de Projeto em Comunicação propor um trabalho sobre manifestações culturais ligadas às raízes africanas mais especificamente manifestações de comunidades quilombolas. De imediato recebi uma resposta negativa sob o argumento de que não havia nenhum orientador para trabalhar assuntos com essa temática, que não era possível eu tratar “desse tipo” de tema em RP e que eu deveria me concentrar em um assunto específico da área. Então comecei a me questionar: uma manifestação cultural cheia de simbologia, significados e discursos não relaciona-se com a comunicação? Como em um curso que tem na sua grade curricular disciplinas como comunicação e cultura e antropologia cultural não é possível tratar de temas como esse, principalmente em uma universidade pioneira em cotas raciais?.

Assim, segui frustrada em direção ao plano B e só depois de três anos durante uma formação em Mídia Étnica fui entender que aquela situação se tratava de um epistemicídio. Na ocasião tive a honra de ter aula com Vilma Reis³⁰ que me apresentou ao termo. “Episteme” vem de epistemologia, que significa conhecimento científico. O “cídio” vem de homicídio. Portanto,

³⁰ Vilma Reis é Socióloga, Ativista dos Direitos Humanos e Ouvidora-geral da Defensoria Pública do Estado da Bahia – DPE.

Epistemicídio vem da ideia do assassinato do conhecimento de alguém, neste caso da intelectualidade negra. (SILVEIRA, 2018)

A palavra é um neologismo³¹ abordado Sueli Carneiro³² em sua tese de Doutorado³³ Sueli Carneiro explica que epistemicídio é a desvalorização, negação ou ocultamento das contribuições do continente africano e da diáspora africana ao patrimônio cultural da humanidade, ou seja, a ocultação da contribuição negra no saber. (*apud* SILVEIRA, 2018)

O meu ingresso na universidade - espaço ocupado majoritariamente por pessoas brancas e de classe social privilegiada – despertou em mim um processo de autoafirmação, à medida que o ambiente acadêmico auxiliava na produção do meu conhecimento e na formação de um pensamento crítico, me sentia cada vez mais incomodada pela falta de representatividade e seguia em busca de referências negras que discutissem sobre autoafirmação e enfrentamento ao racismo, a medida que meu pensamento crítico evoluía eu adquiria uma maior compreensão de mim mesma e me libertava das amarras de uma sociedade racista que me fez acreditar desde criança que deveria ter vergonha da cor da minha pele, dos traços africanos no meu rosto, do meu cabelo crespo.

Dessa forma, entendi que toda e qualquer ação minha poderia se transformar em um ato político e de resistência, a começar pela ocupação do espaço acadêmico. Cheguei à UFBA com o receio de novamente viver um processo de epistemicídio, mas fui surpreendida com um retorno positivo tanto da professora que ministrava *Elaboração de Projeto em Comunicação*, disciplina que antecede ao TCC quanto do meu orientador. Inicialmente meu trabalho seria uma monografia, cujo tema faria uma abordagem sobre a produção de cultura negra no *Mercado laô*, mas não obtive um retorno positivo por parte do objeto de estudo. Durante a disciplina de *Desenvolvimento Orientado de Projeto* ao entrar em contato com a produção do *Mercado laô* fui

³¹ Neologismo é a criação de uma palavra ou expressão nova, ou na atribuição de um novo sentido a uma palavra já existente.

³² Sueli Carneiro é Filósofa, escritora e ativista antirracismo do movimento social negro brasileiro. Também é fundadora do Geledés — Instituto da Mulher Negra e considerada uma das principais autoras do feminismo negro no Brasil.

³³<https://negrasoulblog.files.wordpress.com/2016/04/a-construc3a7c3a3o-do-outro-como-nc3a3o-ser-como-fundamento-do-ser-sueli-carneiro-tese1.pdf>. Acesso em maio de 2019.

informada de que não poderiam me ajudar com a minha pesquisa, segundo um membro da equipe o projeto passava por momentos de incertezas, o quadro de funcionários estava sempre com demandas externas e não seria possível designar alguém para ajudar com informações necessárias.

Constatando a falta de interesse por parte da produção em colaborar com minha pesquisa precisei partir para o plano b sem tê-lo, o apoio do meu orientador foi fundamental para encontrar uma alternativa. Diante da situação meu orientador sugeriu que esquecesse a monografia e elaborasse um produto, um projeto, mas que continuasse abordando aspectos da cultura negra.

Porém, no meio da elaboração de um novo projeto alguns aspectos me levaram a atrasar a conclusão do meu trabalho: além da resposta negativa por parte do meu primeiro objeto de estudo, o baixo rendimento em semiótica, disciplina que tive maior dificuldade e que precisei repetir no final do curso e problemas de cunho pessoal e emocional que culminaram em um transtorno de ansiedade, atrapalharam a produção da escrita. As crises de ansiedade me obrigaram a trancar a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso uma vez e durante a tentativa de concluir o curso pela segunda vez surgiu a ideia do *Ujima - Circuito Afroempreendedor*.

Ujima é uma palavra da língua africana *swahili*, de origem *bantu* e significa trabalho coletivo. Tem um contexto de “construir juntos a comunidade e resolver quaisquer problemas como um grupo”. Sobre chamar o evento de circuito e não de feira, tem relação com o fato das atividades não estarem concentradas em um único lugar. A distribuição das atividades por diversos espaços do Pelourinho proporciona a dinamização e caracteriza um circuito de empreendedorismo e cultura.

O evento foi sendo construído a partir da minha satisfação de produzir projetos culturais com foco na população negra e será fundamentado no fomento ao empreendedorismo como ferramenta de inclusão social e desenvolvimento socioeconômico dos afrodescendentes, e no incentivo à valorização da cultura negra. O Dia da Consciência Negra determinou a data de realização do projeto, o período de 06 a 08 de novembro de 2020.

4.2 Planejamento

Na fase de planejamento do evento foi elaborado um *check list* onde se detalhou todos os recursos e atividades necessários para a sua realização, trata-se do primeiro passo a ser dado para a iniciação do processo da organização de um evento. Em seguida, logo após a definição de data e local do evento criou-se um cronograma para viabilizar as estratégias de captação de recursos e comunicação.

Fase	Inicial	Final
Pré-produção		
Captação de recursos	mai/20	jun/20
Contato e confirmação de convidados	jun/20	jul/20
Contratação de equipe	jul/20	jul/20
Reserva de pauta	ago/20	ago/20
Visita técnica	set/20	nov/20
Aluguel de equipamentos	ago/20	set/20
Divulgação		
Definição da mensagem e canais a serem utilizados	ago/20	set/20
Criação de site e perfis nas redes sociais	set/20	out/20
Criação de peças gráficas	ago/20	out/20
Confecção de spot para divulgação em rádio	set/20	out/20
Confecção de VT para divulgação em TVs e redes sociais	set/20	out/20
Elaboração de <i>Press Kit</i>	out/20	out/20
Envio de <i>Press Kit</i> aos meios de comunicação	out/20	out/20
Divulgação de peças gráficas	set/20	out/20
Produção		
Montagem das estruturas	01/nov/20	05/nov/20
Montagem de camarim	06/nov/20	08/nov/20
Realização do evento	06/nov/20	08/nov/20
Pós-produção		

Desmontagem e devolução de equipamentos	nov/20	nov/20
Avaliação de resultados	nov/20	dez/20
Agradecimento aos convidados, patrocinadores e apoiadores	nov/20	nov/20
Elaboração de clipping	set/20	dez/20
Pagamentos finais de equipe e serviços	nov/20	dez/20
Prestação de contas	nov/20	dez/20

4.2.1 Definições Iniciais: a escolha da data e local

A data de realização do *Ujima - Circuito Afroempreendedor* foi escolhida com base em dois aspectos: primeiro com o objetivo de que a data dialogasse com um dos discursos por trás do evento, nesse caso a luta da população negra por igualdade de direitos, segundo numa tentativa de garantir que a condição climática fosse favorável a sua realização, uma vez que parte da programação foi planejada para acontecer ao ar livre.

Sendo assim, novembro foi escolhido de um lado por ser o mês em que se comemora o Dia Nacional da Consciência Negra, um dia que resgata a luta de negras e negros contra a discriminação racial e a desigualdade social, e do outro por ser o mês da estação da primavera, as temperaturas amenas e agradáveis dessa época do ano é favorável para a realização de eventos a céu aberto.

Para entender melhor a relação do Dia Nacional da Consciência Negra com a escolha da data do evento é necessário conhecer o contexto histórico dessa celebração. Sobre o Dia da Consciência Negra Munanga e Gomes (2016) explanam que:

[...] o movimento negro trouxe para a sociedade brasileira mais uma data importante a ser lembrada e comemorada. Trata-se do dia 20 de novembro, dia da morte do líder Zumbi, do Quilombo³⁴ dos Palmares. Hoje, Zumbi é considerado um dos principais símbolos da luta contra todas as formas de opressão e exclusão que continuam a castigar os descendentes de africanos no Brasil.

A idéia de se marcar esse dia nasceu em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. A iniciativa foi, segundo o historiador Alfredo Boulos

³⁴ Quilombos são comunidades formadas no período da escravidão por escravos fugidos. Esses lugares transformaram-se em centros de resistências dos africanos e afrodescendentes escravizados no Brasil. Existem registros de quilombos em todas as regiões do país, alguns ainda existentes e são ocupados por descendentes de escravos que se dedicam à economia de subsistência e mantêm manifestações culturais e religiosas de seus ancestrais.

Júnior, do poeta Oliveira Silveira, membro do Grupo Palmares, uma associação cultural negra. Ao tomarem contato com o livro *O Quilombo de Palmares*, do baiano Edison Carneiro, os membros dessa associação concluíram que Palmares foi a maior manifestação de resistência negra ocorrida na história do Brasil.

Assim, no dia 20 de novembro de 1971, um sábado, no Clube Náutico Marcílio Dias, fez-se a primeira grande homenagem a Zumbi dos Palmares. Desde então, os movimentos negros começaram a valorizar o dia 20 de novembro até que, em Salvador, no dia 7 de julho de 1978, o Movimento Negro Unificado - MNU³⁵ propôs o dia 20 de novembro como Dia Nacional da Consciência Negra. A proposta foi aceita por vários grupos, associações e movimentos negros de todo o país. O dia 20 tornou-se uma data que resgata e traz para a memória nacional o sentido político da luta, da resistência e da garra dos negros e negras no Brasil.

Munanga e Gomes ainda relatam que:

Em 2003, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sancionou a Lei nº 10.639, do dia 09/01/2003 que institui a obrigatoriedade da inclusão do ensino de História da África e da Cultura Afro-brasileira nos currículos dos estabelecimentos públicos e particulares de ensino da educação básica. Essa lei também acrescenta que o dia 20 de novembro deverá ser incluído no calendário escolar como dia nacional da consciência negra.

A relevância do Dia da Consciência Negra para a população negra demonstra a pertinência existente no fato do evento acontecer na mesma época em que se celebra essa data. Escolhi realizar o evento na primeira semana do mês de novembro no intuito de simbolizar o início das comemorações.

4.2.1.1 *O Local*

O Pelourinho está situado no chamado Centro Histórico de Salvador - CHS e é atualmente um dos principais pontos turísticos da capital baiana. Tem uma arquitetura colonial portuguesa cuja maioria dos imóveis e monumentos históricos datam do século XVII e XVIII. Em 1959 foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN³⁶ e em 1968 pelo Instituto de Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia - IPAC³⁷, quase 20 anos depois, em 1985 foi reconhecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO³⁸ como Patrimônio Cultural da Humanidade (MIRANDA E SANTOS, 2002). De acordo com o Governo do Estado da Bahia,

³⁵ <http://mnu.org.br/>. Acesso em maio de 2019.

³⁶ <http://portal.iphan.gov.br/>. Acesso em maio de 2019.

³⁷ <http://www.ipac.ba.gov.br/>. Acesso em maio de 2019.

³⁸ <https://nacoesunidas.org/agencia/unesco/>. Acesso em maio de 2019.

o Centro Histórico de Salvador é o maior conjunto arquitetônico do período colonial da América Latina. (SECOM, 2015)

Segundo informações encontradas no site do IPHAN³⁹ o Pelourinho é o primeiro bairro de Salvador. Em 1549, Tomé de Souza fundou a cidade - que se tornou a primeira capital do Brasil - na região do centro histórico, enquanto era construída tinha uma denominação de “Cidade Fortaleza”, isso porque iniciou-se a construção em local estratégico, situado na parte mais alta da cidade dominando uma imensa baía no intuito de centralizar as ações de Portugal, na América, e facilitar as transações comerciais com a África e o Oriente.

O bairro do Pelourinho carrega de um lado a importância de ser parte da história da fundação da primeira capital do país e do outro o peso de um passado sombrio que deu origem a seu nome. O Pelourinho foi um dos primeiros mercados de escravos do país, a origem do nome está associada à local de tortura, refere-se a uma coluna de madeira ou pedra com argolas de ferro ou bronze, erguido em praça pública e utilizado como instrumento de punição e tortura de escravos e infratores. “Geralmente o pelourinho era construído juntamente com a fundação de uma cidade de acordo com a legislação, sempre onde estivesse a feira e trazia no alto, esculpido, as armas do governo geral”. (MIRANDA e SANTOS, 2002, p.43)

Alex de Paula do Jornal A Tarde (2015) afirma que:

O nome 'pelourinho' é originado da coluna de cantaria (pedra) com argolas de bronze, na qual escravos eram amarrados e torturados. Conforme o comerciante Clarindo Silva, ícone da localidade Pelourinho e proprietário do restaurante Cantina da Lua, o artefato de pedra servia para castigar as pessoas que cometiam delitos ou escravos que fugiam os engenhos. Nos arredores, era comum haver feiras e os que realizavam furtos também eram punidos ali. (DE PAULA, 2015)

Inicialmente o pelourinho foi erguido onde hoje está a Praça Municipal, posteriormente segundo Luciete B. Miranda e Maria Aparecida S. C. dos Santos:

“[...] O Governador D. Diogo Botelho (1602-1607), mandou transferir o pelourinho para o Terreiro de Jesus, onde os gritos dos açoitados, atrapalhavam os atos religiosos na Igreja dos Jesuítas que ali tinham sua igreja e colégio, deslocando-o para ladeira de São Bento, atual Praça Castro Alves, de onde foi removido, em 1807, para o “largo” a

³⁹ <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/35/>. Acesso em maio de 2019.

que viria a dar o nome que ainda hoje é “do Pelourinho” (DÓREA, 1999 apud MIRANDA e SANTOS, p.43)

Do período colonial até a atualidade, o "Pelô", como carinhosamente é conhecido por muitos baianos e turistas passou por mudanças significativas, teve seu período de expansão e apogeu entre os séculos XVIII e XIX quando era ocupado por famílias ricas da sociedade da época, a partir das décadas de 60 a 80 do século XX passou por um grande processo de degradação, quando já era habitado por uma população de baixa renda que conviviam com prostitutas, drogados, traficantes e assassinos, o que por consequência deixou o bairro à margem da sociedade e posteriormente viveu um longo processo de revitalização trazendo aspectos positivos e negativos.

Do ponto de vista econômico, se tornou um centro de turismo e cultura gerando emprego e renda para a comunidade local, do ponto de vista social algumas famílias foram impactadas negativamente com a desocupação de alguns casarões.

Atualmente o pelourinho é ocupado por diversos segmentos de atividades como: lojas de artesanato, agências bancárias e de turismo, bares, restaurantes, museus, hotéis, pousadas, espaços para shows, galeria de arte, teatro, escolas de dança e música, movimento de mulheres, movimentos artísticos e culturais, grupos de capoeira, grupos carnavalescos e percussivos, movimento negro, entidades religiosas, instituições públicas, grupos de comerciantes (formais e informais), instituições educacionais, grupos da causa LGBT, ONG's, fundações, etc.

O Pelourinho é um local de importante valor histórico e cultural pelo seu passado e por ser um espaço que serve de palco para manifestações culturais da população baiana. A escolha do Pelourinho para a realização do *Ujima - Circuito Afroempreendedor* tem antes de tudo um sentido ideológico: promover um evento que garante o direito de lutar contra o racismo e a desigualdade além de, permitir o fortalecimento de afrodescendentes enquanto grupo em um lugar que testemunhou por séculos a escravização da população negra é bastante simbólico e necessário.

Neste evento, o Terreiro de Jesus receberá a feira de afroempreendedores, as apresentações musicais de pequeno porte,

intervenções poéticas, manifestações culturais e atividades infantis. No Teatro Sesc-Senac Pelourinho serão exibidos os filmes, no *foyer* do teatro será montada a exposição *Coroa de Ouro*, na Arena do Teatro Sesc-Senac Pelourinho será realizado os bate-papos e relatos de experiências, na Escola de Dança da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB) e no Centro de Formação em Artes (CFA) acontecerão as oficinas e no Largo Pedro Archanjo se apresentarão as principais atrações musicais.

4.2.2 Curadoria da Programação

Para compor a programação foram escolhidas artistas e profissionais que de alguma forma atuam no fomento ou capacitação do empreendedorismo, debatem questões de gênero e raça no país e contribuem para o enfrentamento ao racismo, o desenvolvimento socioeconômico de afrodescendentes e autoafirmação da identidade negra.

Exposição Coroa de Ouro: Torços e Turbantes - De autoria da *Hair Designer* Negra Jhô, a exposição traz 21 turbantes estilizados, confeccionados pelo Instituto Kimundo. Com direção da própria Negra Jhô, o Instituto busca manter a cultura africana viva e preservar os valores étnicos, desenvolvendo atividades que valorizam a auto-estima da mulher.

Negra Jhô - *Hair Designer*, Esteticista afro e Estilista. Conhecida por seus projetos que visam promover a autoestima e o orgulho pela identidade negra contribuindo de forma eficaz para emancipação e valorização da sua ancestralidade africana.

Renata Dias - Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas e Especialista em Marketing Organizacional pela Universidade Salvador está Diretora Geral da Fundação Cultural do Estado da Bahia. Atuou na assessoria de comunicação da Secretaria de Promoção da Igualdade Racial, participou da implementação e monitoramento da Política de Empreendedorismo para Negros e Mulheres e do Plano Estadual para o Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais e foi coordenadora de Relações Públicas na PETROBRAS e do SEBRAE nacional.

Paulo Rogério - Publicitário, Empreendedor, Consultor em diversidade e Cofundador do Instituto Mídia Étnica, Portal Correio Nagô e Vale do Dendê. Com experiência no estudo sobre mercados multiculturais e inovação social, já percorreu 20 países participando de atividades sobre o tema da diversidade. Estudou Jornalismo e Novas Mídias na Universidade de Maryland (EUA) e é afiliado ao Berkman Klein Center da Universidade Harvard. Paulo foi um dos 11 líderes escolhidos para um encontro privado, em São Paulo, com o ex-presidente Barack Obama, que rendeu um convite para fazer a palestra na abertura da Obama Foundation, em Chicago.

Viviane Vergasta – Graduada em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura pela UFBA, Especialista em Gestão Cultural pelo SENAC e certificada como Empreendedora Cultural pelo Instituto Mídia Étnica. Atua na área de produção cultural e Gestão de Políticas Públicas para a Cultura. Atua como Assessora Chefe na Assessoria Estratégica de Gestão da Fundação Gregório de Mattos e é Sócia-proprietária da Malikáfrica.

Sandro Sussuarana - Poeta, Produtor Cultural, um dos idealizadores do projeto *Sarau da Onça* e articulador de jovens do bairro de Sussuarana, recebeu menção honrosa no *Concurso Literário Valdeck Almeida de Jesus de 2013* com o poema *A Realidade*, é organizador das antologias poéticas *O Diferencial da Favela – Poesias quebradas de quebrada*, *O Diferencial da favela: Poesias e contos de quebrada* e do livro *A Poesia Cria Asas* e é autor do livro *Verso (s) Sob (re) Mim*.

Ítala Herta - Graduada em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas pela UNIFACS/LAUREATE, Ítala é Empreendedora, Palestrante, Produtora Cultural e Cofundadora da Vale do Dendê. Trabalha há mais de 10 anos com projetos de inovação social e cultura para artistas independentes, instituições públicas e privadas do Brasil. É pesquisadora e comunicadora independente da cultura negra e periférica.

Gustavo Lisboa - Graduado em Comunicação e Marketing e Pós Graduado em Gestão Estratégica em Mídias Sociais e Comunicação Digital, Comunicação Estratégica e Docência do ensino superior. Atua como Gestor de Mídias Sociais desde 2010 e é Fundador e Diretor da Cative Públicos Estratégicos, empresa especializada em Marketing. Ministrou cursos sobre Redes Sociais nas instituições Real e Dados, Steve Biko e Cipó Comunicação Integrada.

André Santana - Mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens da Universidade do Estado da Bahia - PPGEL/UNEB, Graduado em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo, pela Universidade Federal da Bahia (2004) e Professor Substituto da UNEB. Tem experiência em pesquisa na área de Comunicação e Linguagens, com ênfase em Cultura, mídia, etnia e audiovisual, Desde 2005, atua como assessor de comunicação de órgãos governamentais e desde 2002, trabalha como assessor de imprensa de grupos artísticos e projetos culturais. É Co-fundador do Instituto Mídia Étnica e do portal Correio Nagô.

Robson Correia - Mestre em Procedimentos Artísticos e em Ensino Aprendizagem em Dança Afro, pela UFBA, licenciado e Bacharel em Dança também pela UFBA, tem formação de Educação Profissional em Dança pela Escola de Dança da FUNCEB. Foi Coordenador dos Cursos Livres da Escola de Dança da FUNCEB, é Coreógrafo da Cia Baiana de Patifaria, Diretor, Coreógrafo e Produtor da Cia de Dança Robson Correia e Professor de Dança da Santa Casa da Bahia.

Jasimmay Dandara - Graduada em Gestão de Marketing e MBA em Ludicidade no Desenvolvimento Criativo de Pessoas, é Professora de Dança Circular Sagrada na Escola de Dança da FUNCEB, Terapeuta e Idealizadora do Método Aromaterapeuta Vibracional.

Paulo Cortes - Professor, Dançarino e Coreógrafo de *Dança Afro-brasileira* e *Dança Popular Regional*. Atualmente é Professor de danças africanas na Escola de Dança da FUNCEB.

Val Benvindo – Jornalista e Produtora do Bloco Afro Ilê Aiyê e da Jornalista e humorista baiana Maíra Azevedo.

Danilo Almeida - Formado em Publicidade e Propaganda, MBA em Gestão Empresarial. Atua na implantação e execução de programas de Relacionamento Comunitário e Institucional, diagnóstico e análise socioeconômica de municípios, monitoramento de indicadores sociais, mapeamento de stakeholders para empreendimentos de alto impacto ambiental e tem experiência como consultor empresarial de micro e pequenos empreendedores individuais.

Grupo Topázio - Fundado em 1988 por Raimundo dos Santos - o Mestre Dinho, o grupo Topázio sempre se caracterizou pelas inovações introduzidas na capoeira. A fundação do grupo surgiu da ideia de reunir todos os professores que foram alunos do Mestre Dinho e já desenvolviam trabalhos com capoeira em suas comunidades. Dessa forma o grupo expandiu-se e atualmente o grupo conta com filiais em outras cidades do Brasil, e do exterior.

Nara Couto – Cantora e dançarina especializada em dança afro contemporânea, atuou no Balé Folclórico da Bahia e fez parte da Orquestra Afrosinfônica. Também acompanhou em palcos mundiais, grandes nomes da *Axé Music* como Daniela Mercury, Ivete Sangalo e Margareth Menezes. Atualmente, segue carreira solo divulgando seu EP “Contipurânia”. Nara também é atriz e participou das novelas globais “Velho Chico” e “Segundo Sol”.

Ilê Aiyê - Primeiro bloco afro da Bahia foi fundado em 1º de novembro de 1974, no Curuzu-Liberdade, um dos bairros com maior concentração de afrodescendentes. A entidade preserva, valoriza e expande a cultura afro-brasileira, homenageando os países, nações e culturas africanas e as revoltas negras brasileiras que contribuíram para o processo de fortalecimento da identidade étnica. O bloco também protagoniza o empreendedorismo social através de ações que beneficiam a comunidade local como cursos profissionalizantes, aulas de canto, dança e percussão.

Margareth Menezes - Com mais de 30 anos de carreira a cantora, compositora e empreendedora cultural é uma das vozes mais potentes da música popular brasileira, conquistou dois troféus Caymmi, dois troféus Imprensa, quatro troféus Dodô e Osmar, além de ser indicada para o GRAMMY Awards e GRAMMY Latino. O seu primeiro *single*, "Faraó - Divindade do Egito" vendeu mais de 100 mil cópias. Mistura elementos africanos, brasileiros, indígenas e pop, num movimento que denomina como Afropop Brasileiro. Criou a "Fábrica Cultural", uma ONG que desenvolve diversos projetos sociais e culturais, atualmente comanda o Projeto Mercado Iaô.

Gab Ferreira – A cantora iniciou sua carreira musical como backing vocal. Em 2014, passou a integrar a banda Alphazimu, no comando da banda participou do programa da Rede Globo Superstar. Em 2015, interpretou a música “Maya”, do grupo Kromosons que se destacou no Prêmio Caymmi 2017 como melhor produção musical. A carreira solo veio em 2017 quando ganhou repercussão nacional, ao participar do programa The Voice Brasil, Gab foi semifinalista no time de Carlinhos Brown.

Baiana System – Com o objetivo de encontrar novas possibilidades sonoras para a guitarra baiana, o grupo musical surge em 2009 e se transforma em um fenômeno cultural no cenário alternativo de Salvador. Idealizado pelo guitarrista Roberto Barreto e comandado pela voz de Russo Passapusso, representam a linguagem do *sound system*. Em 2016, o grupo ganhou visibilidade internacional com a música "Playsom", a canção faz parte do segundo álbum do grupo, *Duas Cidades*.

Carlinhos Brown – Cantor, compositor, percussionista, produtor, agitador cultural. Tem como intérpretes e parceiros de suas composições artistas como Marisa Monte, Marareth Menezes, Gilberto Gil, Djavan, Cássia Eller além de artistas internacionais como Shakira. Ganhou o Grammy Latino em 2003 e em 2004, e concorreu em 2012, ao Oscar de Melhor Canção Original pela música "Real in Rio", do filme "Rio". Desde 2012 é um dos técnicos do programa "The Voice Brasil".

Ganhadeiras de Itapuã – O grupo surgiu em 2004, a partir de encontros musicais realizados entre moradores empenhados em resgatar tradições do passado e preservar a memória cultural do bairro de Itapuã. A música do grupo reflete diversidade, sambas, cirandas, afoxés, marchinhas e músicas religiosas fazem parte do repertório. Em 2016, o grupo se apresentou durante na cerimônia de encerramento dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro.

Luciane Neves – A publicitária é uma das fundadoras do Instituto Mídia Étnica, que tem como objetivo dar visibilidade à temática racial na mídia e do Portal de Notícias Correio Nagô, primeiro instrumento de divulgação da temática racial do Nordeste. Também atua como produtora do Bloco Muzenza.

Mariene de Castro – Cantora, instrumentista, compositora e atriz. Iniciou a carreira musical como integrante do grupo Timbalada, de Carlinhos Brown, em 1996 realizou seu primeiro show solo, no Pelourinho. Se destaca pela influência do samba de roda e maracatu em suas músicas. Em 2016, cantou na festa de encerramento das Olimpíadas do Rio de Janeiro.

Maracatu Ventos de Ouro - Grupo feminino de Maracatu de Baque Virado. Surgido em 2014, o grupo é fruto de um trabalho coletivo que busca pesquisar, difundir e fomentar as manifestações artísticas da cultura afro-brasileira.

Black In Samba – Com três anos de existência o grupo é sucesso em periferia de Salvador. O repertório transita pelas principais vertentes do samba e partido alto.

Samba do Pretinho – Grupo tem como característica a mistura do samba com diferentes ritmos como o funk e o arrocha, proporcionando ao público uma diversidade musical.

Samba de Oyá – Do samba de roda ao MPB, o grupo é formado por cinco mulheres que se divertem ao som de muita uma percussão e buscam referências rítmicas na musicalidade das religiões de matriz africana.

Antônio Pita - Jornalista e fundador da Diáspora Black, plataforma digital idealizada para aproximar viajantes e anfitriões com o intuito de promover trocas e experiências de viagem centradas nos valores, símbolos e referências da cultura negra.

Recital Vozes Negras - Dirigido por Jorge Washington, o recital traz performances de atores do Bando de Teatro Olodum que usam a poesia como ferramenta para falar de amor, resistência e afirmação, com ênfase na luta das mulheres.

Circuito Jorge Amado - No musical itinerante, os personagens mais notáveis de Jorge Amado ganham vida, e percorrem as ruas do Pelourinho recriando cenas dos romances do autor. O espetáculo tem direção de Edvard Passos.

Juliana Ribeiro – Cantora e Compositora, ela surpreende quando faz da música um veículo de divulgação da sua pesquisa como historiadora e mestre em cultura e sociedade que desnuda as origens do samba.

DJ Sankofa - Nascido em Gana e radicado em Salvador, tornou-se referência na influência da música africana para a Bahia. Atuou no Pelourinho durante sete anos levando muita informação, cultura e música africana. Sankofa atrai o público pelo seu carisma e sua arte de misturar ritmos nas suas composições de bits eletrônicos.

Rogério Teixeira – Gerente da unidade regional do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em Salvador.

Muzenza – O bloco afro surgiu no bairro da Liberdade, como um tributo ao músico jamaicano Bob Marley. A inspiração na cultura afro-jamaicana veio da popularidade do ritmo nos anos 1980. Aos poucos, o Muzenza consolidou-se como um dos blocos que desenvolvem o maior número de variações rítmicas no Carnaval de Salvador.

4.2.2.1 Programação

- 06/11 (sexta-feira)

Terreiro de Jesus

10h às 20h - Feira de afroempreendedores

10h às 17h - Atividades no espaço infantil Ilê Ayo (brincadeiras, contação de história, pinturas)

11h - Roda de capoeira com Grupo Topázio

11h30 - Intervenção poética com Sandro Sussuarana

14h às 15h - DJ Sankofa

15h às 16h | BlackinSamba

Centro de Formação em Artes - CFA

10h | Oficina Elaboração de Plano de Negócios com Danilo Almeida

11h | Oficina Empreendedorismo Cultural com Ítala Herta

Escola de Dança da Funceb

9h | Oficina Dança Circular com Jasimmay Dandara

Arena do Teatro Sesc-Senac Pelourinho

14h às 15h30min | Papo Empreendedor - Combate ao Racismo: o papel das políticas públicas com Renata Dias (FUNCEB) e Dandara Lopes (SEPROMI), mediadora: Val Benvindo.

15h30min às 16h30min | Relato de experiência com Negra Jhô

Teatro Sesc-Senac Pelourinho

16h30min às 18h | Exibição de filme

Foyer do Teatro Sesc-Senac Pelourinho

14h às 19h | Exposição Coroa de Ouro

*Largo Pedro Arcanjo**

18h às 22h | Shows de Nara Couto (abertura), Ilê Aiyê e Margareth Menezes. Aulão de kizomba nos intervalos.

*shows em área paga

- 07/11 (sábado)

Terreiro de Jesus

10h às 20h - Feira de afroempreendedores

10h às 17h - Atividades no espaço infantil Ilê Ayo (brincadeiras, contação de história, pinturas)

11h - Recital Vozes Negras do Bando de Teatro Olodum

14h às 15h - Samba de Oyá

15h às 16h | Muzenza

Centro de Formação em Artes - CFA

10h | Oficina Gestão Financeira e Formalização de Empreendimentos com Rogério Teixeira (SEBRAE)

11h | Gestão em Mídias Sociais com Gustavo Lisboa

Escola de Dança da Funceb

9h | Oficina Dança Afro-brasileira

Arena do Teatro Sesc-Senac Pelourinho

14h às 15h30min | Papo Empreendedor - Black Money: porque fortalecer o afroconsumo? com Paulo Rogério (Vale do Dendê), Luciane Neves (IME/Muzenza) e Antônio Pita (Diáspora Black), mediação: André Santana.

15h30min às 16h30min | Relato de experiência com Viviane Vergasta

Teatro Sesc-Senac Pelourinho

16h30min às 18h | Exibição de filme

Foyer do Teatro Sesc-Senac Pelourinho

14h às 19h | Exposição Coroa de Ouro

*Largo Pedro Arcanjo**

18h às 22h | Shows de Gabi Ferreira (abertura), Carlinhos Brown e Baiana System. Aulão de kizomba nos intervalos.

*shows em área paga

- 08/11 (domingo)

Terreiro de Jesus

10h às 20h - Feira de afroempreendedores

10h às 17h - Atividades no espaço infantil Ilê Ayo (brincadeiras, contação de história, pinturas)

11h – Maracatu Ventos de Ouro

14h às 15h - Circuito Jorge Amado: Teatro de Rua

15h às 16h | Samba do Pretinho

Escola de Dança da Funceb

10h | Oficina Dança Africanas com Paulo Cortês

Teatro Sesc-Senac Pelourinho

14h | Exibição de filme infantil

Foyer do Teatro Sesc-Senac Pelourinho

14h às 19h | Exposição Coroa de Ouro

*Largo Pedro Arcanjo**

18h às 22h | Shows de Ganhadeiras de Itapuã (abertura), Juliana Ribeiro e Mariene de Castro. Aulão de kizomba nos intervalos.

*shows em área paga

4.2.3 Captação de Recursos e Patrocínio

O projeto propõe diferentes cotas de patrocínio e apoio com contrapartidas específicas de retorno de imagem para a empresa, tais como: aplicação da marca em peças gráficas, exibição do nome da empresa patrocinadora acompanhado de “Apresenta”, entre outros.

O mecanismo mais adequado para a captação de recursos e viabilização desse projeto é o financiamento público por meio da Lei de Incentivo à Cultura (antiga Lei *Rouanet*), que pode proporcionar uma abertura maior para a captação. Entretanto, considero relevante a possibilidade de também recorrer ao Programa Estadual de Incentivo ao Patrocínio Cultural, o FAZCULTURA, tendo em vista a especificidade do projeto.

Através destes programas de incentivo à cultura, o objetivo é buscar patrocínio e apoio de empresas e instituições como Banco Itaú, Santander, BNDES, CCR Metrô Bahia, Avon, Natura, Bahia Gás, Coca-Cola, SEBRAE, Rede Bahia, IRDEB, SETRE, FGM, Instituto Mídia Étnica, Fundo Baobá e Vale do Dendê.

4.2.3.1 Cotas de Patrocínio e Contrapartidas

1) Cota Ouro

- Valor: R\$ 867.680,00

- Contrapartidas:

- Cota de 100 convites para os principais shows;
- Inserção do nome da empresa patrocinadora à frente do nome do evento com a chamada “Apresenta” em todas as peças de divulgação;
- Exibição de vídeo institucional da empresa patrocinadora antes dos shows de encerramento de cada uma das noites;
- Espaço para ativação da marca através de ação promocional durante o evento a ser definida em conjunto com o patrocinador;
- Citação do nome da instituição nas entrevistas concedidas pelos realizadores e equipe técnica;
- Envio de relatório detalhado com os resultados alcançados com a divulgação do projeto;
- Marca da empresa na ambientação e sinalização do evento;
- Citação do nome da empresa pelo mestre de cerimônia, como agradecimento;
- Citação do nome da instituição patrocinadora em Vts e spots que serão veiculados em TVs e rádios de Salvador;
- Inserção da marca da empresa patrocinadora em 400 cartazes A3, 5000 panfletos, 20 placas de busdoor, 5 placas de outdoor, 20 flyers virtuais;
- Inserção da marca no site do evento.

2) Cota Prata

- Valor: R\$ 433.840,00

- Contrapartidas:

- Exibição do nome da empresa patrocinadora com assinatura “Patrocínio”;
- Citação do nome da instituição nas entrevistas concedidas pelos realizadores e equipe técnica;
- Envio de relatório detalhado com os resultados alcançados com a divulgação do projeto;
- Citação do nome da empresa pelo mestre de cerimônia, como agradecimento;
- Citação do nome da instituição patrocinadora em Vts e spots que serão veiculados em TVs e rádios de Salvador;
- Marca da empresa na ambientação e sinalização do evento;
- Inserção da marca da empresa patrocinadora em 400 cartazes A3, 5000 panfletos, 20 placas de busdoor, 5 placas de outdoor, 20 flyers virtuais, 2 boxtruss;
- Inserção da marca no site do evento.

3) Cota Bronze

- Valor: R\$ 216.920,00

- Contrapartidas:

- Exibição do nome da empresa patrocinadora com assinatura “Patrocínio”;
- Marca da empresa na ambientação e sinalização do evento em tamanho menor;
- Inserção da marca da empresa patrocinadora em tamanho menor em 400 cartazes A3, 5000 panfletos, 20 placas de busdoor, 5 placas de outdoor, 20 flyers virtuais.

4) Cota de apoio

- Valor: inferior à cota dos co-patrocinadores ou apoio em serviços/produtos.
- Contrapartidas:
 - Exibição do nome da empresa patrocinadora com assinatura “Apoio”;
 - Divulgação da marca através dos serviços e produtos disponibilizados pelo apoiador;
 - Citação do nome da empresa pelo mestre de cerimônia, como agradecimento;
 - Inserção da marca da empresa patrocinadora em 400 cartazes A3, 5000 panfletos, 20 placas de busdoor, 5 placas de outdoor, 20 flyers virtuais;
 - Inserção da marca no site do evento.

4.3 Identidade Visual

Após a concepção do projeto e finalização do seu planejamento, iniciou-se o processo de criação da identidade visual, elaboração do projeto executivo e das peças gráficas. Para a realização desse trabalho tive a sorte de contar com o apoio de Gustavo Lisboa, um amigo especialista em Comunicação Estratégica, mesmo com o prazo curto ele deu conta dessa demanda. No momento do *briefing* foram sinalizadas características como utilização das cores do pan africanismo e símbolo que fizesse referência ao sentido de coletividade que traduz o significado da palavra *Ujima*.



Definida a identidade visual, iniciou-se o processo de elaboração da diagramação do material utilizado para a venda do projeto e demais peças gráficas, priorizando as peças de divulgação para as redes sociais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A falta de representatividade durante a minha infância e adolescência resultou, de forma involuntária, na negação da minha negritude. Só mesmo após o ingresso na universidade quando surgiu a oportunidade de ter contato com leituras de intelectuais negros, que com naturalidade pautavam o racismo e todas as suas consequências, percebi que na verdade eu não me odiava, apenas tinha o desejo de ser aceita, era apenas mais uma vítima de uma sociedade racista que durante anos me fez acreditar que meu cabelo era ruim, que meu nariz era feio, que a cor da minha pele era um defeito, que eu era uma pessoa exótica.

Mesmo após um longo processo de aceitação, sofri durante muito tempo por não encontrar produtos adequados para minhas especificidades. Era sempre uma dificuldade encontrar o creme adequado para meu cabelo, maquiagem ideal para meu tom de pele ou roupas e acessórios que representasse minha ancestralidade e religiosidade. Dados apresentados ao decorrer desse projeto comprovam que maioria dos afrodescendentes não se sentem representados pelas empresas. E para uma pessoa negra representatividade significa autoestima e aceitação.

Afroempreendedores desempenham um papel importante nessa busca por representatividade e são fundamentais no processo de desenvolvimento socioeconômico da população negra. Abrir um negócio próprio que valoriza suas origens e cultura é uma das formas que muitos afrodescendentes encontram como alternativa de geração ou complementação de renda e ao mesmo tempo resistir ao perverso racismo estrutural. E por essa característica o empreendedorismo negro precisa ser cada vez mais impulsionado.

Contudo, afrodescendentes representam mais da metade da população brasileira e já passou da hora de atuarem como protagonistas. E é no intuito de garantir esse protagonismo é que o *Ujima – Circuito Afroempreendedor* fundamenta-se no fomento ao empreendedorismo como ferramenta de inclusão e desenvolvimento.

E ainda contribuindo para o protagonismo afrodescendente, o evento pretende integrar o calendário anual do estado consolidando-se como um dos principais eventos em comemoração ao mês da Consciência Negra na cidade

de Salvador. Além de, expandir-se após a sua primeira edição promovendo edições itinerantes na região metropolitana e no interior do estado. Ações que impulsionem a cadeia produtiva do empreendedorismo negro serão sempre necessárias, afinal o afroempreendedorismo não é “racismo reverso” ou segregação, e sim um fenômeno econômico, cultural e de inclusão social.

6. REFERÊNCIAS

A COR do Trabalho. Direção: Antonio Olavo. Produção: Raimundo Bujão e Josias Santos. Salvador: Portfolium Laboratório de Imagens, 2014. 1 DVD (74min.).

BAHIA MEIO DIA SALVADOR. BMD especial discute temas sobre representatividade negra e luta contra o racismo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7174445/programa/>. Acesso em: 15 mar. 2019.

BAHIA, Secretaria de Comunicação Social. Centro Histórico de Salvador festeja 30 anos de tombamento como Patrimônio da Humanidade. **Secom**, Salvador, 04 dez. 2015. Disponível em: <http://www.secom.ba.gov.br/2015/12/129727/Centro-Historico-de-Salvador-festeja-30-anos-de-tombamento-como-Patrimonio-da-Humanidade.html>. Acesso em 13 mai. 2019.

_____, Secretaria de Promoção da Igualdade Racial. Sepromi e Sebrae articulam ações para fomento ao empreendedorismo de negros e mulheres. **Sepromi**, Salvador, 03 mai. 2016. Disponível em: <http://www.sepromi.ba.gov.br/2016/05/930/Sepromi-e-Sebrae-articulam-acoes-para-fomento-ao-empreendedorismo-de-negros-e-mulheres.html>. Acesso em: 13 maio 2019.

BATV SALVADOR. Feira de economia solidária reúne empreendedores negros no Pelourinho. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7006345/programa/>. Acesso em: 15 mar. 2019.

BEVILACQUA, B. STARTSE: Empreendedores negros contam como é liderar no ecossistema de startups. **Locomotiva**, fev. 2019. Disponível em: <https://www.ilocomotiva.com.br/single-post/startse-empreendedores-negros-contam-como-e-liderar-no-ecossistema-de-startups>. Acesso em: 17 mar. 2019.

CANOFRE, F. Grupo que idealizou o Dia da Consciência Negra teve de dar explicações à ditadura. **Geledés**, 20 nov. 2018. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/grupo-que-idealizou-o-dia-da-consciencia-negra-teve-de-dar-explicacoes-ditadura/>. Acesso em: 13 mai. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DIAS, G. S. Black money: o que é e como funciona o dinheiro negro?. **Calle2**, set. 2018. Disponível em: <https://calle2.com/black-money-o-que-e-e-como-funciona-o-dinheiro-negro/>. Acesso em: 15 mar. 2019.

GLOBO NEWS. Mundo S/A mostra o afroempreendedorismo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=us126L6BK0g>. Acesso em: 15 mar. 2019.

MARLI, M. Pretos ou pardos são 63,7% dos desocupados. **Agência IBGE Notícias**, nov. 2017. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18013-pretos-ou-pardos-sao-63-7-dos-desocupados>. Acesso em: 25 set. 2018.

MIDIÃ, N. Empreendedores negros são maioria, mas faturam menos. **Correio**, Salvador, 12 nov. 2018. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/empreendedores-negros-sao-maioria-mas-faturam-menos/>. Acesso em: 25 mar. 2019.

MIRANDA, Luciete Barreto; SANTOS, Maria Aparecida Soledade Christo dos. **Pelourinho: desenvolvimento socioeconômico**. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002.

MONTEIRO, T. “O aspiracional do negro não é ser branco”. **Meio&Mensagem**, 20 nov. 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2018/11/20/publicidade-perde-na-baixa-representatividade-negra.html>. Acesso em: 25 abr. 2019.

MUNANGA, Kabengele; GOMES, Nilma Lino. **O Negro no Brasil de Hoje**. São Paulo: Global, 2006.

MUNHOZ, J. V.; CERRI, N.; RODRIGUES, J. Tudo o que você precisa saber sobre feiras e eventos. **Moblee**. Disponível em: <https://www.moblee.com.br/feiras-e-eventos/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2014.

O EMPREENDEDORISMO Negro é um dos caminhos. **Baoba**, jun. 2017. Disponível em: <http://baoba.org.br/o-empreendedorismo-negro-e-um-dos-caminhos/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

OLIVEIRA, A. De primeiro 'bairro' a foco do turismo: Há 470 anos, Salvador pulsa no Centro Histórico. **G1**, 23 mar. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2019/03/25/de-primeiro-bairro-a-foco-do-turismo-ha-470-anos-salvador-pulsa-no-centro-historico.ghtml>. Acesso em: 13 mai. 2019.

OLIVEIRA, Fabiana Moraes de. **Empreendedorismo: teoria e prática**. Revista Especialize On line. Goiânia, p.1-13, mai. 2012. Disponível em: <https://www.ipog.edu.br/revista-especialize-online/edicao-n3-2012/empreendedorismo-teoria-e-pratica/>. Acesso em: 17 mar. 2019.

PAINS, C. Do pelourinho a Harvard: conheça o baiano que luta para o Brasil investir no 'black money'. **O Globo**, Rio de Janeiro, 01 abr. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/do-pelourinho-harvard-conheca->

baiano-que-luta-para-brasil-investir-no-black-money-23545006. Acesso em: 24 abr. 2019.

PAULA, A. D. Turistas ignoram história do Pelourinho. **A Tarde**, Salvador, 21 nov. 2015. Disponível em:

<http://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1728235-turistas-ignoram-historia-do-pelourinho>. Acesso em: 13 mai. 2019.

PERFIL dos empreendedores. **DataSebrae**, 2016. Disponível em:

<https://datasebrae.com.br/perfil-dos-empresarios/#raca>. Acesso em: 17 mar. 2019.

RODRIGUES, M. Empreendedor negro tem crédito negado 3 vezes mais do que branco no Brasil. **Geledés**, mai. 2017. Disponível em:

<https://www.geledes.org.br/empreendedor-negro-tem-credito-negado-3-vezes-mais-que-branco-no-brasil/>. Acesso em: 17 mar. 2019.

RUBIM, Linda (Org.). **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: Edufba; FACOM/CULT, 2005.

SANTOS, Luislinda Dias de Valois. **O Negro no Século XXI**. Curitiba: Juruá, 2009.

SANT'ANNA, Aurélio; GUIMARÃES, Jane Mary; GARCIA, Marcos. **Cadê, Princesa Isabel?**. Nova Bahia, 2006.

SARAIVA, A. População chega a 205,5 milhões, com menos brancos e mais pardos e pretos. **Agência IBGE Notícias**, nov. 2017. Disponível em:

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18282-populacao-chega-a-205-5-milhoes-com-menos-brancos-e-mais-pardos-e-pretos>. Acesso em: 17 mar. 2019.

SILVA, F. P. Kumasi: o maior mercado oeste africano. **Geledés**, jan. 2016.

Disponível em: <https://www.geledes.org.br/kumasi-o-maior-mercado-oeste-africano/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

TREVISAN, Leonardo. **Abolição: um suave jogo político?**. São Paulo: Moderna, 1988.

VELASCO, C. Negros ganham R\$ 1,2 mil a menos que brancos em média no Brasil; trabalhadores relatam dificuldades e 'racismo velado'. **G1**, mai. 2018.

Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/negros-ganham-r-12-mil-a-menos-que-brancos-em-media-no-brasil-trabalhadores-relatam-dificuldades-e-racismo-velado.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2019.

7. APÊNDICES

APÊNDICE A: orçamento

Equipe de Produção	Qtd.	Unid.	Qtd TT.	Valor Unit.	Valor Total
Coordenador de Produção, Idealização e Curadoria	1	cachê	1	R\$ 25 000,00	R\$ 25 000,00
Produtor executivo	3	cachê	1	R\$ 2 500,00	R\$ 7 500,00
Assistente de produção	2	cachê	1	R\$ 1 500,00	R\$ 3 000,00
Roaddie	4	cachê	1	R\$ 1 000,00	R\$ 4 000,00
Assistente de palco	2	cachê	1	R\$ 800,00	R\$ 1 600,00
Técnico de som	2	cachê	1	R\$ 1 000,00	R\$ 2 000,00
Técnico de iluminação	2	cachê	1	R\$ 1 000,00	R\$ 2 000,00
Cenógrafo	1	cachê	1	R\$ 2 000,00	R\$ 2 000,00
Montador	4	cachê	1	R\$ 700,00	R\$ 2 800,00
Eletricista	1	cachê	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Mediador (a) de debate	2	cachê	1	R\$ 1 000,00	R\$ 2 000,00
Apresentadora do show	1	cachê	1	R\$ 2 000,00	R\$ 2 000,00
Serviços	Qtd.	Unid.	Diárias	Valor Unit.	Valor Total
Aluguel de espaço	2	unid	6	R\$ 5 000,00	R\$ 30 000,00
Aluguel e montagem de palco (5x5)	1	unid	3	R\$ 3 500,00	R\$ 10 500,00
Aluguel de iluminação	1	unid	3	R\$ 2 800,00	R\$ 8 400,00
Aluguel e montagem de toldo (10x10)	2	unid	3	R\$ 2 500,00	R\$ 15 000,00

Aluguel de grade de isolamento	100	unid	3	R\$ 80,00	R\$ 24 000,00
Aluguel de estrutura de boxtruss	2	unid	3	R\$ 1 000,00	R\$ 6 000,00
Aluguel de computadores	5	unid	3	R\$ 120,00	R\$ 1 800,00
Aluguel e montagem de estrutura em PVC para camarim	2	unid	3	R\$ 1 000,00	R\$ 6 000,00
Aluguel de cadeira plástica	50	unid	3	R\$ 110,00	R\$ 16 500,00
Aluguel de mesa plástica	4	unid	3	R\$ 100,00	R\$ 1 200,00
Aluguel de mesas tipo boteco para praça de alimentação	20	unid	3	R\$ 120,00	R\$ 7 200,00
Aluguel de cadeiras tipo boteco para praça de alimentação	80	unid	3	R\$ 150,00	R\$ 36 000,00
Aluguel de puff poltrona (modelo pera)	5	unid	3	R\$ 60,00	R\$ 900,00
Aluguel de mobiliário para o palco do bate-papo	6	unid	3	R\$ 110,00	R\$ 330,00
Aluguel de gerador	1	unid	3	R\$ 1 700,00	R\$ 5 100,00
Aluguel de telão com projetor	2	unid	6	R\$ 210,00	R\$ 1 260,00
Contratação de animação infantil	1	serviço	3	R\$ 4 000,00	R\$ 12 000,00
Contratação de equipe de limpeza	6	pessoal	6	R\$ 70,00	R\$ 2 520,00
Contratação de equipe de segurança	6	pessoal	3	R\$ 100,00	R\$ 1 800,00
Aluguel de radiocomunicador	16	unid	3	R\$ 120,00	R\$ 5 400,00
Aluguel de banheiros químicos	10	unid	3	R\$ 120,00	R\$ 3 600,00
Buffet camarim	1	serviço	3	R\$ 3 000,00	R\$ 9 000,00
Assessoria Jurídica	1	serviço	1	R\$ 3 000,00	R\$ 3 000,00
Contador	1	serviço	1	R\$ 2 000,00	R\$ 2 000,00
Divulgação	Qtd.	Unid.	Qtd. TT	Valor Unit.	Valor Total
Coordenador (a) de Comunicação	1	cachê	1	R\$ 3 000,00	R\$ 3 000,00

Assessor (a) de imprensa	1	cachê	1	R\$ 2 500,00	R\$ 2 500,00
Designer gráfico	1	cachê	1	R\$ 1 500,00	R\$ 1 500,00
Cinegrafista	2	cachê	1	R\$ 2 000,00	R\$ 4 000,00
Assistente de cinegrafia	2	cachê	1	R\$ 1 000,00	R\$ 2 000,00
Fotógrafo	2	cachê	1	R\$ 1 500,00	R\$ 3 000,00
Assistente de fotografia	2	cachê	1	R\$ 1 000,00	R\$ 2 000,00
Credenciais	100	unid	1	R\$ 2,30	R\$ 230,00
Ingressos	5 000	unid	1	R\$ 1,00	R\$ 5 000,00
Outdoor	5	unid	1	R\$ 7 000,00	R\$ 35 000,00
Busdoor	20	unid	1	R\$ 1 991,00	R\$ 39 820,00
Spot	1	unid	1	R\$ 1 500,00	R\$ 1 500,00
VT	1	unid	1	R\$ 2 300,00	R\$ 2 300,00
Banner	2	unid	1	R\$ 60,00	R\$ 120,00

Convidadas (os)	Qtd.	Unid.	Qtd. TT	Valor Unit.	Valor Total
Nara Couto	1	cachê	1	R\$ 18 000,00	R\$ 18 000,00
Dandara Lopes	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Negra Jhô	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Renata Dias	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Carlinhos Brown	1	cachê	1	R\$ 55 000,00	R\$ 55 000,00
Baiana System	1	cachê	1	R\$ 18 000,00	R\$ 18 000,00
Circuito Jorge Amado	1	cachê	1	R\$ 7 000,00	R\$ 7 000,00

Samba do Pretinho	1	cachê	1	R\$ 8 000,00	R\$ 8 000,00
Paulo Côrtes	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Ganhadeiras de Itapuã	1	cachê	1	R\$ 18 000,00	R\$ 18 000,00
Juliana Ribeiro	1	cachê	1	R\$ 25 000,00	R\$ 25 000,00
Robson Correia	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Val Benvindo	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Mariene de Castro	1	cachê	1	R\$ 40 000,00	R\$ 40 000,00
Margareth Menezes	1	cachê	1	R\$ 50 000,00	R\$ 50 000,00
Samba de Oyá	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Rogério Teixeira	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Gustavo Lisboa	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Gab Ferreira	1	cachê	1	R\$ 8 000,00	R\$ 8 000,00
Grupo Topázio	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Sandro Sussuarana	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Black in Samba	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Danilo Almeida	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Ítala Herta	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Jasimmay Dandara	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Antônio Pita	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Viviane Vergasta	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
DJ Sankofa	1	cachê	1	R\$ 7 000,00	R\$ 7 000,00
Paulo Rogério	1	cachê	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00

Luciane Neves	1	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Maracatu Ventos de Ouro	1	1	R\$ 7 000,00	R\$ 7 000,00
André Santana	1	1	R\$ 5 000,00	R\$ 5 000,00
Bando de Teatro Olodum	1	1	R\$ 8 000,00	R\$ 8 000,00
Ilê Aiyê	1	1	R\$ 20 000,00	R\$ 20 000,00
Muzenza	1	1	R\$ 18 000,00	R\$ 18 000,000
Valor Total do Projeto				R\$ 867.680,00

APÊNDICE B: Cronograma

Fase	Inicial	Final
Pré-produção		
Captação de recursos	mai/20	jun/20
Contato e confirmação de convidados	jun/20	jul/20
Contratação de equipe	jul/20	jul/20
Reserva de pauta	ago/20	ago/20
Visita técnica	set/20	nov/20
Aluguel de equipamentos	ago/20	set/20
Divulgação		
Definição da mensagem e canais a serem utilizados	ago/20	set/20
Criação de site e perfis nas redes sociais	set/20	out/20
Criação de peças gráficas	ago/20	out/20
Confecção de spot para divulgação em rádio	set/20	out/20
Confecção de VT para divulgação em TVs e redes sociais	set/20	out/20
Elaboração de <i>Press Kit</i>	out/20	out/20
Envio de <i>Press Kit</i> aos meios de comunicação	out/20	out/20
Divulgação de peças gráficas	set/20	out/20
Produção		
Montagem das estruturas	01/nov/20	05/nov/20
Montagem de camarim	06/nov/20	08/nov/20
Realização do evento	06/nov/20	08/nov/20
Pós-produção		
Desmontagem e devolução de equipamentos	nov/20	nov/20
Avaliação de resultados	nov/20	dez/20
Agradecimento aos convidados, patrocinadores e apoiadores	nov/20	nov/20
Elaboração de clipping	set/20	dez/20
Pagamentos finais de equipe e serviços	nov/20	dez/20
Prestação de contas	nov/20	dez/20