

**SER IMIGRANTE E EMPREENDEDOR: LÓGICAS E SENTIDOS. ASPECTOS DA  
IMIGRAÇÃO BRASILEIRA NA ITÁLIA**

**BEING AN IMMIGRANT AND BEING AN ENTREPRENEUR: LOGIC AND  
SENSES. ASPECTS OF BRAZILIAN IMMIGRATION IN ITALY.**

*João Carlos Tedesco*<sup>1</sup>

“Ser empresário aqui é deixar  
de ser visto como imigrante; pra ser empresário lá [espaço de origem],  
preciso ser imigrante aqui”.  
(Imigrante brasileiro  
entrevistado na Itália)

**RESUMO**

O texto analisa alguns aspectos da imigração brasileira para as regiões Norte e Nordeste da Itália; centra o tema do empreendedorismo de imigrantes, ou seja, a estratégia de montar pequenas empresas, em geral, prestadoras de serviços em atividades agrícolas, na construção civil e na limpeza de prédios e condomínios; revela que imigrantes brasileiros dinamizam com intensidade essa realidade, otimizam sua condição de duplo-cidadão, muitos desses associam-se com italianos e montam empresas. O empreendedorismo revela um estágio avançado de integração social e produtiva do imigrante; é uma estratégia de mudança da performance migratória, promove, na maioria das vezes, o reagrupamento familiar e absorve nichos de mercado. Porém, não é uma realidade que se concretiza com facilidades; há muitos limites financeiros, burocráticos e exigências que, deliberadamente, dificultam essa mudança de identidade do imigrante.

**Palavras-chave:** Imigração. Empreendedorismo. Integração social. Brasileiros.

---

1 Professor do Programa de Pós-graduação em História da Universidade de Passo Fundo, Brasil. E-mail: jctedesco@upf.br

## ABSTRACT

The article analyzes some items from the Brazilian region for the north and northeast regions of Italy; It focuses on the immigrant entrepreneurship, that is, a strategy to set up small businesses, in general, service providers in agricultural activities, civil construction and cleaning services of buildings and condominiums; It reveals that Brazilian immigrants dynamize with the intensity of their reality, optimize their double-citizen status, many of them associate with Italians and establish companies. Entrepreneurship reveals an advanced stage of social and productive integration of the immigrant community; It is a strategy to change the performance of the immigrant population, promoting, in most cases, family reunification and absorbing market niches. However, it is not a reality that comes to accomplish with facilities; There are financial, bureaucratic and demands that deliberately make this immigrant identity change very difficult.

**Keywords:** Immigration. Entrepreneurship. Social integration. Brazilians.

## INTRODUÇÃO

A representação social do imigrante sempre foi de um sujeito para o trabalho assalariado, como dependente; ser empreendedor, ou seja, montar uma pequena empresa é algo muito incomum, porém, muito idealizado pelos imigrantes brasileiros na Itália. Imigrantes brasileiros incorporam o intenso discurso presente na sociedade contemporânea que idealiza o empreendedorismo, imbuído da noção de competição, superação individual e mobilidade social na medida em que é autônomo, emprega terceiros e desenvolve a dimensão da meritocracia.

Entendemos e dinamizamos a noção de empreendedor, de uma forma simples, ou seja, do imigrante brasileiro que deixou de ser trabalhador dependente (assalariado e/ou remunerado pela venda da sua força de trabalho a outrem) e montou uma pequena empresa como autônomo e/ou como contratante de mão de obra externa e presta serviços, vinculado ou não a empresas que demandam atividades terceirizadas. Há uma variedade de práticas e de estratégias que imigrantes brasileiros lançam mão para viabilizar isso. Somos

sabedores que essa noção de empreendedor(ismo) faz parte de uma ampla discussão na literatura da economia, sociologia e antropologia do trabalho, alguns mostrando sua eficácia, dinamismo e alternativa na sociedade atual, outros, de uma forma crítica, demonstrando sua falácia, sua dimensão ideológica e em correspondência com tendências do mundo do trabalho que objetiva retirar direitos conquistados e responsabilidades do Estado e do capital na reprodução da força de trabalho, transferindo custos e submetendo o trabalhador de uma forma indireta.<sup>2</sup>

Essa questão da ligação entre imigração e empreendedorismo já não passa mais despercebida pela esfera pública e nem pelas estatísticas do país, bem como nas análises de estudiosos. Ela vem ao encontro das grandes tendências do mundo do trabalho, como consequência da ideologia liberal, do discurso das esferas organizacional e pública. O discurso do empreendedorismo vem ao encontro da situação de imigrante, de seu desejo de ascender economicamente, ter mobilidade social e alterar a sua performance pública.

Nesse sentido, os imigrantes-empresendedores desafiam as lógicas que embasam a vida e os sentidos da sua presença e da realidade imigratória. Muitos imigrantes *deixam* de ser imigrantes ao empreenderem, ou, então, para ser empreendedor, em particular no espaço de origem, necessitam ser imigrantes. É uma dinâmica que produz relações em universos amplos, que vai mais além da simples identidade da atividade produtiva.

A literatura sobre imigração e empreendedorismo, em geral, de cunho neoliberal, enfatiza que imigrantes mudam sua performance na medida em que conseguem empreender; sua funcionalidade no

---

2 A literatura sobre isso é ampla; remeto somente às discussões de Campos; Soeiro, 2016, de Abílio 2014 e 2017, Antunes, 2011. Vários livros editados pela Editora Boitempo nos últimos anos vêm discutindo as transformações do mundo do trabalho e, em particular, essa ideologia da substituição do trabalhador para a de neopresário de si, a denominada “uberização do trabalho” (Cf. ABÍLIO, 2014).

interior do país de residência é alterada; seu grau de autonomia e de inserção no mundo do trabalho redefine sua performance e identidade de imigrante.

Porém, a noção de empreendedor, para o imigrante, é a de simplesmente sair de sua situação de dependência em relação a um contratante de sua força de trabalho; é um horizonte pragmático, mas que, na realidade, altera pouco seu quadro de relações, pois o grau de autonomia que imagina obter se torna, pela realidade de suas atividades, muito relativo.

Imigrantes brasileiros que empreenderam dizem que estão realizando o *salto migratório*, ou seja, uma diferenciação em relação à situação “normal” do imigrante – “já tava cansado de fazer aquilo sempre, se ficasse 10 anos, seriam os 10 anos sempre igual, sem alteração nenhuma, todo o ano a mesma coisa” (imigrante que trabalhou quatro anos num aviário num pequeno município da província de Verona).

Há um pensamento difundido na Itália, fruto da literatura de cunho liberal e de manchetes midiáticas, de que há grupos que são mais propensos ao empreendedorismo. Os chineses, os judeus, os senegaleses e marroquinos estão nessa lista e são visíveis, ou porque estão na rua vendendo alguma coisa (senegaleses), ou porque manchetes de jornais noticiam aquisição de lojas, pequenos supermercados, ou pequenas fábricas por grupos de determinadas nacionalidades, em particular a chinesa, ou porque em toda a parte existem casas de lanches Kebab de marroquinos em geral.

Havia na Itália, em 2015, em torno de 480 mil empreendedores estrangeiros (2 a 3% do total das empresas no país); em cada 30 empreendedores que operam na Itália, dois eram estrangeiros em 2014; desses, 38.963 eram de mulheres-proprietárias, fato esse que revela certa integração social e produtiva das imigrantes (IDOS, 2016).

Nas regiões Norte e Nordeste do país, tendo as províncias de Verona e Milão como epicentros, em 2014, havia em torno de 700

empresas de brasileiros registradas nas câmaras de comércio dos dois municípios. O Brasil está entre os 10 países de maior número de empreendedores principalmente os considerados artesanais (de maior aplicação de mão-de-obra, como é o caso da construção civil e na agricultura). Dentre os brasileiros no país, em 2012, eram 1.978 empreendedores, 804 na construção civil, 217 no comércio e 165 nos serviços profissionais. Em 2015, na região do Vêneto, segundo dados da Câmara de Comércio de Verona, havia inscrição de 485 brasileiros como empreendedores; o setor manufatureiro liderava com 81 empresas, seguido logo depois pela construção civil com 78, a agricultura contemplava 56 empresas (IDOS, 2016).

Entre os imigrantes, análises dão conta de que em torno de 10% a 15% conseguem empreender, mas isso só acontece quando o imigrante já está “assentado no país” e deseja ficar por algum tempo ainda, ou definitivamente. Assim como essa realidade pode revelar certo grau de maturação e de integração do fenômeno migratório na Itália, pode também revelar processos preocupantes para os autóctones, pois, na realidade, como já enfatizamos, a performance do imigrante, seu sentido real e funcional, não se expressa no empreendedorismo e, sim, como trabalhador dependente (FONDAZIONE ETHNOLAND, 2009). Desse modo, essa ação que se revela dinâmica entre imigrantes pode, também, produzir certos conflitos num futuro próximo em razão do alto desemprego entre autóctones e da crise econômica que se arrasta desde 2008 no país e na Europa como um todo, além de que, as atividades que imigrantes empreendem e/ou sobram para eles, em geral, são terceirizadas e não revelam tanta autonomia como preconiza o horizonte da literatura liberal, bem como as que enfatizam a meritocracia e a responsabilidade individual. Desse modo, nosso questionamento é se realmente o empreendedorismo é uma forma de ascensão social e econômica do imigrante brasileiro ou é uma estratégia de expoentes do capital e das novas estratégias do mundo

do trabalho em delegar a outrem responsabilidades e exigências de resultados produtivos (CAMPOS; SOEIRO, 2016).

Para nossa pesquisa, entrevistamos 16 empreendedores que atuam nas regiões do Vêneto e Lombardia no final de 2009, em dezembro de 2014 e janeiro de 2015, por ocasião de viagens que fizemos à Itália para estudos sobre a presença de brasileiros no país. Estivemos também em fevereiro de 2015 nos municípios de Luzerna e Água Doce em Santa Catarina para entrevistar imigrantes retornados para visitar familiares no período de final de ano; alguns dos quais eram empreendedores na Itália. Fizemos algumas entrevistas mais aprofundadas com seis deles, tentando compreender os processos que os levaram a empreender, a situação e as projeções na atividade desenvolvida. Buscamos mapear alguns setores considerados de maior presença de imigrantes, em especial, da agricultura, na construção civil, no setor de limpeza (prédios e ruas), de costura e reparo de roupas, em atividades de estética (manicure, corte e pintura de cabelo, etc.), casas de lanches e churrascaria, importação de “produtos brasileiros”, dentre outros.

A ideia central do texto, ainda que de uma forma sintética, é mostrar a importância e as implicações de ser imigrante-empendedor na Itália, alguns de seus sentidos e lógicas. Daremos ênfase às suas relações com os locais de origem, os princípios que giram em torno dessa tendência, os setores mais dinâmicos, as redes que vão se processando e alimentando possibilidades de empreender, os seus pontos de estrangulamento, preconceitos, etc., bem como refletir em torno da possibilidade ou não de ascensão social ou da falácia produzida pela ideologia do empreendedorismo que atinge também os imigrantes.

## ESTRATÉGIAS FAMILIARES E INTEGRAÇÃO SOCIAL

Os dados estatísticos atestam a presença de em torno a 50 mil brasileiros na Itália em 2015 (IDOS, 2016). As estatísticas na Itália não contabilizam os que possuem a dupla-cidadania, pois não são, para efeitos legais, considerados imigrantes. O pico da imigração brasileira na Itália foi em 2005, quando as estatísticas apresentavam em torno de 150 mil. A crise econômica e a atração de retorno ao país de origem (Brasil) em razão do crescimento econômico, bem como outras trajetórias migratórias pela Europa e América do Norte reduziram esse contingente. Grande parte dos imigrantes brasileiros está nas regiões Norte e Nordeste do país, espaços também de grande saída de fluxos de italianos para o Brasil no período da grande emigração no final do século XIX e primeiros anos do século XX.

A alta concentração de capitais industriais e agrícolas nessas duas regiões atrai muitos imigrantes, dentre eles, os brasileiros. Redes migratórias vão se constituindo no interior de várias regiões do Brasil. Os estados da região Sudeste e Sul do Brasil são expressão de grande presença de imigrantes na Itália, principalmente os municípios de São Paulo e Campinas em São Paulo, Guarapuava, Cascavel, Dois Vizinhos e Curitiba no Paraná, Água Doce, Luzerna e Joaçaba em Santa Catarina, Caxias do Sul e Bento Gonçalves no Rio Grande do Sul.

No espaço agrícola italiano dessas duas regiões referidas, a presença de imigrantes brasileiros é muito intensa, principalmente em atividades manuais da cultura da uva e do vinho, de carnes, frutas, flores e cereais. Encontramos muitos brasileiros que montam empresas de prestação de serviços nessas atividades e vinculam co-nacionais; há também no ramo da construção civil, em particular, em pequenas cidades (*paeses*) de províncias do Norte e Nordeste, em particular, de Verona e Bréscia.

Na pesquisa de campo vimos que empreender produz e/ou requer vínculos familiares, muitas vezes em ambos os espaços nacionais; ter a possibilidade de envolver a família, direta ou indiretamente, revela um estágio de maturação da identidade de imigrante, a qual pode ser sinônimo de perda do status social de imigrante, afinal, deixou de ser mão-de-obra dependente, entrou na lógica dos processos concorrenciais de mercado, contrata trabalhadores, possui ligação direta com os trâmites jurídicos, fiscais, tributários e burocráticos do país.

Imigrantes buscam algum benefício próprio que o mercado de trabalho a ele constituído não lhe dá; procuram ampliar as formas de ocupação, ter mais garantia de sustento da família, reagrupam membros para melhor dar funcionalidade a sua performance de imigrante.

*Eu pensei em trazer minha família, mas minha mulher tinha de ficar em casa com os filhos, daí pensei em botar uma sartoria [costura e restauração de roupas], minha mulher já trabalhava com costura pra fora. [...]. Viu, hoje tá dando certo, ela fica em casa, ganha o dinheiro dela, faz o que sabe e, quem sabe daqui uns anos, boto uma lavanderia e trabalho eu também pegando serviço de hospitais; aqui tem brasileiros que têm empresa disso e dá certo. (Imigrante em Treviso; oriundo da região de Campinas – SP; há quase três anos na Itália).*

A realidade empírica demonstrou que, com a possibilidade de reagrupamento de familiares, o empreendedorismo entre brasileiros foi facilitado justamente pela atuação familiar (vimos isso no setor de limpeza de prédios, casas de lanches, de costura de roupas e venda de confecções em feiras públicas). Vimos isso em San Bonifacio, em Desenzano, em Civitella, dentre outras. “Investimos aqui, podemos voltar sim um dia, mas com mais dinheiro. O que eu pensava em fazer lá, posso muito bem fazer aqui, mas longe da família é difícil”; “depois que veio meu marido, conseguimos poupar mais e até botar

um pequeno negócio de revenda de roupas, conseguimos entrar nos grupos que vendem nas feiras”.

Casas de lanches, *parrucchiere* (corte e pintura de cabelo), lavagem de roupa, lavanderias, costura e restauração de roupas, construção civil (agrupando pai e/ou filho, bem como parentes), empresas associadas com italianos no ramo de telefonia, envio de dinheiro, internet, turismo no Brasil etc., são bem evidentes entre brasileiros e, muitas dessas atividades, justificam-se pela presença de membros da família em seu interior como trabalhadores e/ou como presença e reagrupamento da unidade. Essa realidade redefine ações que, com a fragmentação dos membros da família, dificultam sua viabilidade empreendedora, em geral, pela dispersão de recursos financeiros e pela necessidade de contratação de mão-de-obra externa.

## CONCORRÊNCIAS E DIFICULDADES

Com a crise econômica que vem assolando a Europa e outras regiões do mundo, desenvolve-se com mais intensidade, nos países de maior fluxo (em particular, Espanha, Itália e França), a ideia de que imigrantes concorrem e competem no mercado de trabalho com os autóctones e, por isso, sua presença nos países, deve ser evitada. As grandes questões do contexto migratório internacional, na Europa em particular, revelam isso.

Nesse sentido, para empreender exigem-se processos que não são tão acessíveis aos imigrantes e requerem envolvimento nos sistemas locais de produção, conhecimento de legislação, de trabalho, da língua, dos trâmites burocráticos, do tecido produtivo do país, do ramo e da atividade específica que se deseja adentrar (AMBROSINI, 2007). Torna-se importante também a inserção no país de uma forma estável, bem como adaptação ao modelo de micro-empendedor. Em geral, imigrantes adentram para empreendimentos que são

pouco ou nada demandados por autóctones, portanto, o discurso da concorrência é uma espécie de auto-defesa, uma expressão de temor pelo pior que poderá vir. Há muita fragilidade, precariedade (essa, em múltiplos âmbitos, inclusive entre co-nacionais) e marginalidade laboral nos horizontes em que imigrantes empreendem. Desse modo, o discurso da redenção econômica pelo empreendedorismo precisa ser relativizado; nem todas as atividades empreendedoras resultam em grandes benefícios econômicos aos imigrantes até porque a concorrência é muito grande entre imigrantes e entre esses com autóctones. Também pelo fato de que as atividades podem ser nichos onde trabalhadores continuam sendo explorados e dependentes de empresas que terceirizam atividades e submetem os que as absorvem a situações de grande vulnerabilidade, de exploração do trabalho ou, como nos disse um entrevistado que pega um “servicinho aqui e lá” como querendo dizer que é o que sobra.

*Na Itália investi na construção, no restauro, pois quando cheguei, vi todos esses prédios velhos, pensei, ‘impossível que esse pessoal que dizem que tem dinheiro não vão querer arrumar isso’. Eu já vim pra trabalhar em construção, sempre trabalhei lá na minha cidade. Logo vi que era trabalho pra imigrante. Os italianos, em seis anos que estou aqui, são poucos na construção. Eles pegam serviço grande, coisa que implica em maior envoltura. Nós, aqui, é servicinho aqui e lá, mas sempre tem. [...]. Nesse tempo todo vi muito imigrante que trabalhava comigo, com outros, montando empresa por conta. (Imigrante; oriundo da região Metropolitana do Rio de Janeiro, há seis anos em várias regiões do Norte e Nordeste da Itália; empreendedor do ramo da construção civil).*

A concorrência considerada desleal é reclamada por ambos os lados; uns porque imigrantes adentram para espaços, em geral, de prestação de serviços, com mão-de-obra contratada na forma irregular, informal, *part-time*, envolvendo co-nacionais, como é o caso que presenciamos em atividades agrícolas (colheita de uva,

poda de parreira, confecção de parreirais, carregamento de frangos em aviários, etc.); de outro lado, há reclamação de imigrantes de que as regras não são as mesmas para ambos (imigrantes e autóctones), sendo que a “burocracia e a fiscalização pra nós é bem maior, exigem demais, muito imposto”. Informa um proprietário de casa de lanches em Verona que, “não posso vender cerveja porque temos casas de lanche, não podemos um monte de coisas; no Brasil a gente mescla as atividades, aqui não, na verdade, é pra proteger os negócios deles”.

Isso tudo sem falar que empreendedores que contratam conacionais utilizam as mesmas estratégias de exploração da força de trabalho externa. Nos disse um entrevistado que “quando trabalhava pro [contratante italiano], ele pagava todos os direitos, tinha vez até que almoçava na casa da mãe dele [...]; quando comecei aqui, até agora não veio nada, eu arco com toda a despesa de transporte e eu vejo que a maior fatia do custo da hora de trabalho ele [contratante brasileiro] fica; é sempre menos”. Essa questão da “maior fatia”, foi ouvida por vários dos que entrevistamos nas suas residências. Eles reclamam de que o contratante brasileiro que montou uma empresa de prestação de serviços nas atividades ligadas à cultura da uva (poda de parreira, limpeza do solo, aplicação de produtos químicos, colheita da uva e confecção da parreira, etc.) cobra um valor dos proprietários de parreirais, fica com a maior parte, e repassa um valor bem inferior à média da hora paga aos contratados sazonais em razão justamente da falta de trabalho. Conversamos com um dos contratadores de trabalhadores brasileiros sobre essa questão do pagamento e obtivemos resposta de que os italianos que demandam atividades, em razão da crise, pagam sempre menos, os trabalhados são reduzidos e “eles tinham de agradecer, pois eu estou dando trabalho para eles. [...]. Teve um período o ano passado que tinha mais de 30 brasileiros na colheita da uva sob minha responsabilidade”.

Nesse cenário diverso e complexo, é possível perceber certa integração social e mobilidade social em razão da diferenciação laboral. Há atividades que se apresentam de uma forma transnacional. Vimos a possibilidade de abertura de novos mercados entre brasileiros e italianos, interações entre imigrantes; encontramos negociantes brasileiros na Itália que fazem a mediação junto à algumas imobiliárias de Maceió e Fortaleza para venda de apartamentos nas praias, outros que importam sucos de frutas do Nordeste brasileiro, dono de churrascaria italiano, mas que emprega brasileiros e vincula redes de comércio de produtos e matérias-primas para a mesma. Um gerente de churrascaria disse-nos que a mesma

*[...] surgiu de ideia de brasileiro, tem já seis anos; trabalhamos em oito e todos brasileiros, a mulher na cozinha é esposa do churrasqueiro; uns são part-time; [...]. Só funciona a noite e nos domingos ao meio dia. Servimos picanha, maminha, alcatra, cupim, galeto, abacaxi no espeto, lingüiça. [...]. Tem concorrência aqui sim, tem várias na região. Italiano gosta, come um pouco de tudo. Tem dias que é só com prenotazione [reserva], ta sempre cheio. [...]. Esse é um negócio que deu certo aqui. (Gerente de churrascaria em Verona; oriundo da região de Blumenau - SC).*

Figura 1 - Churrascaria de imigrantes brasileiros na cidade de Verona.



Fonte: Pesquisa de campo.

Nesses casos, as redes empresariais, entre territórios variados, evidenciam-se. Ficamos com a impressão de que quanto mais o sistema normativo dificulta as coisas para os imigrantes, maior é a junção e integração de negócios com autóctones, em geral, no comércio, na agricultura e na importação de produtos do Brasil. Desse modo, o discurso da concorrência desleal pode se diluir e perder sentido.

Trajetórias históricas em determinadas atividades podem produzir certa propensão ao empreendedorismo, pois há aprendizados já existentes e outros que foram incorporados. Há uma conjuntura objetiva do imigrante no cenário social e de trabalho, a qual lhe possibilita utilizar força de trabalho ou ter consumidores (clientes) de sua específica nacionalidade. Estratégias no espaço migratório e relações sociais já existentes em outro podem se integrar e produzir as condições necessárias ao empreendedor imigrante. Informa-nos um dono de sapataria que teve sua família toda envolvida na atividade,

*[...], montei pra ver no que dava, sempre lidamos com isso, vem de avô, passando pro pai e to aqui. Dizem que meu nono na Itália fazia isso e, eu, depois de 100 anos que saíram daqui, to aqui com sapataria! Pra mim isso é importante, sabe que trabalho com orgulho. [...]. Volto pro Brasil e vou continuar isso numa praia, ou em Meia Praia ou em Camboriú, levo todas as máquinas, ninguém tem lá isso aqui; é tudo de primeira. [...]; já são seis anos, todos me conhecem aqui. [...]. Me fiz aqui na Itália fazendo o que a família sempre fez. (Proprietário de sapataria em Verona; oriundo de Blumenau – SC).*

O referido sapateiro fez questão de enfatizar que os maiores clientes são os brasileiros. Segundo ele, muitos trabalham no meio rural e na construção civil e que estragam muito os calçados e, “como tem muito italiano que deixa calçados usados ou com algum estrago no lado das lixeiras, os imigrantes vão correndo pegar; daí eles vêm aqui para consertar”

Figura 2 - Sapataria e imigrante brasileiro em Verona.



Fonte: Pesquisa de campo.

Não podemos deixar de dizer que algumas análises também tentam explicar que os imigrantes se tornam empreendedores como reação, como enfrentamento das reduzidas possibilidades que os mesmos têm de se inserir no meio social e econômico (MIRANDA, 2001). Nessa teoria, entra a questão da discriminação social no acesso ao trabalho e a dificuldade de mobilidade social dos imigrantes; esses montariam pequenas empresas e/ou trabalhariam autonomamente se servindo de espaços onde há baixo investimento em capital, em tecnologia e em concorrência. Porém, cada situação é uma realidade; é difícil compreender os múltiplos processos que se desenvolvem em atividades e situações variadas de uma forma genérica e/ou conclusiva.

Não podemos também perder de vista que essa realidade, que revela elevado grau de integração do imigrante no interior da sociedade, pode ser apenas em parte visível e real; não dá para esconder outra dimensão pouco visível, mas que é eficaz e se reproduz na discriminação, na forte vigilância e exigências de adequação, na

efetiva e alta cobrança de impostos, na quase ausência de linhas de crédito, nas dificuldades e burocracias para obtê-lo, nas manchetes jornalísticas desacreditando iniciativas empreendedoras quando essas atingem algum tipo de negócio de autóctones (negócios de chineses na Itália estão diariamente nas manchetes com tonalidade negativa), falta de assistência e assessorias.

Uma brasileira que atua no ramo da telefonia em Verona revela bem esse contexto:

*Exigiram que colocássemos dois banheiros, um para os normais e outro para os deficientes; imaginam eles que haja muitos imigrantes deficientes, porque, no fundo, aqui só vem brasileiro e, eles sabem disso. Os guardas passam todo o dia aqui revistando pessoas, pedindo documento; as exigências para a internet então chegam ser patéticas. [...]. No fundo, é pra evitar o negócio, quebrar todo mundo e nos mandar embora.*

Essa é uma realidade que ouvimos de nossos interlocutores; taxas altas, fiscalização, exigências desmedidas e diferenciadas entre imigrantes e autóctones, burocracia exagerada, falta de crédito, demora na liberação dos documentos etc., “tudo pra dificultar”. Um pastor da Igreja Assembléia de Deus da província de Bréscia nos disse que:

*[...], já nos mudamos para vários lugares, mudamos três vezes de lugar; o nosso grande problema é encontrar um lugar que eles não nos vão incomodar. Inventam que o som é alto e que a sala não tem a acústica necessária, que gente da vizinhança reclama; é pura pressão da Igreja Católica e os prefeitos daqui são todos afinados com ela; botou concorrência, ela reage!*

Aliás, esse é um campo muito interessante que também pode revelar aspectos do empreendedorismo, pois vincula imigrantes na divulgação dos rituais e festejos, nos cursos de Bíblia, em todos os encontros e rituais coletivos nos templos. As Igrejas Neopentecostais estão presentes de uma forma muito intensa em vários países da Europa onde há imigração brasileira. Vimos muito isso na Itália. Ela terceiriza atividades, contrata trabalhadores, possui cooperativas de

trabalho e informa e faz a mediação junto a empresas de italianos e/ou de brasileiros para “colocar seus fiéis que estão desempregados”, como nos disse um pastor em entrevistas.

Figura 3 - Igreja Assembléia de Deus em Verona – Itália.



Fonte: Igreja Evangélica Assembléia De Deus E Missões. 2011.

## CONHECIMENTO E CAPITAL SOCIAL

Os 16 empreendedores entrevistados, na maioria, são jovens, de sexo masculino, com idade variando entre 25-38 anos, estão na Itália no mínimo há três anos e máximo oito. Quase ninguém exercia no Brasil o tipo de empreendimento estabelecido na Itália. Apenas um, do setor da construção civil, possuía identificação com o trabalho anterior. Praticamente todos eram, antes de empreender, trabalhadores dependentes, uns mais e outros menos. Outros disseram que descobriram a possibilidade de atuar em determinada atividade. Um responsável pela carne de uma churrascaria também informou que já tinha prática na atividade antes de emigrar, porém, trabalhou mais de dois anos num frigorífico em Verona.

Esse enraizamento já de alguns anos no país é considerado fundamental para o empreendimento e a sua sequência. Porém, junto com o enraizamento há o desejo de retornar e investir no Brasil, principalmente no setor imobiliário, na agricultura, em restaurantes, na fabricação de vinho etc., pois como um brasileiro nos disse, “para poder viver um pouco, porque isso daqui não é vida, abrimos mão de muita coisa pelo dinheiro que nem sabemos se vamos acumular”.

Na realidade, todos afirmam que, enquanto os negócios e/ou atividade vão indo bem, “é possível que a gente mude de ideia”, ou, então, “sabemos que o Brasil tá bem agora, inclusive tem gente que nos pergunta o que é que temos fazendo aqui na Itália, mas tem a violência ainda, né. Saí de Blumenau e depois de Camboriu por causa que quando tu tem uma coisa, te vem e te roubam tudo ou te seqüestram”, disse-nos uma esposa de empreendedor brasileiro do ramo de floricultura.

Essa dinâmica de empreender em vários locais é fruto de processos de inserção nas sociedades estrangeiras (aquisição de conhecimento, capital social, desejo de ficar mais tempo no país, constituição de poupança, visibilidade do negócio, interação com autóctones, etc.). Na realidade, cada caso é um caso. Imigrantes movem-se muito devido às relações produzidas no momento, pelas possibilidades e vínculos, pelo desejo de ganhar dinheiro e *obedecer* a sua lógica (maximizá-lo). É o caso de um motorista de táxi nos Estados Unidos que, com a crise econômica de lá (de 2009), emigrou para a região do Vêneto na Itália e montou uma empresa que era especializada em transportar pessoas idosas para clínicas geriátricas, hospitais e passeios.

*[...], levo, busco, fico esperando nas clínicas, faço de tudo, acompanho o paciente no consultório, compro os remédios se precisa; o filho não precisa largar do trabalho pra ver isso, eu resolvo e cobro por hora; é um bom negócio aqui, fazia parecido nos Estado Unidos, mas lá eu ganhava como taxi, aqui não [...].*

*To pensando em ampliar meu negócio, comprar mais um carro e botar gente pra trabalhar em outras cidades também.* (Imigrante brasileiro que emigrou dos Estados Unidos para a Itália, oriundo da região Metropolitana de São Paulo).

O caso desse taxista é interessante, pois ele transferiu a atividade informal que desenvolvia nos Estados Unidos para a Itália. Ele tentou otimizar a existência de um contingente de idosos que vão para clínicas geriátricas durante o dia ou que necessitam de transporte para sair de casa, ir ao supermercado, etc. Como ele nos disse, “um sabendo e vendo que desempenho bem, informa outros”. Essa estratégia de *uberização* (ABÍLIO, 2017; ANTUNES, 2011) revela o dinamismo do autoemprego, da linha direta entre o demandador e o ofertador dos serviços, a dimensão do indivíduo no mundo do trabalho, da dimensão da informalidade e das relações de interconhecimento centrado na confiança e, portanto, como critério de meritocracia.

A grande maioria dos que entrevistamos (86%) começou com capital inicial próprio, fruto de poupança obtida com o tempo de permanência na Itália e em outros países; alguns conseguiram dinheiro emprestado antes de emigrar ou de algum conhecido e conterrâneo no espaço migratório. Para o caso de dois empreendedores do setor de prestação de serviços de limpeza em prédios, houve o auxílio de amigos brasileiros “que já entendiam da parte jurídica e legal, e montaram negócios”. Vimos também que o capital social é fundamental para a efetivação do negócio. A amizade com italianos e a facilidade de inserção em meio aos co-nacionais favorecem para que o empreendimento empresarial se constitua e adquira certa firmeza de continuidade e eficácia.

Dependendo das circunstâncias, imigrantes migram de uma cidade para outra, ou de um país para outro, com a intenção de maximizar seus negócios e suas atividades. Em períodos de inverno, vimos empreendedores brasileiros da construção civil se deslocarem

de Verona e Treviso para a região do Lago de Garda (província de Bréscia) em razão da baixa temporada de turismo e veraneio e da necessidade de fazer restaurações em hotéis, casas, restaurantes e vias de acesso quando a população não demanda esses espaços.

Brasileiros vão da Itália à Áustria para trabalhar em períodos de recessão, em particular no ramo da construção civil; associam-se com italianos e emigram também para Alemanha com a intenção de trabalhar em *gelaterias* (sorveterias); empreendedores da construção civil que vão para Londres quando sabem que lá há políticas de construção de casas para imigrantes. Vimos dois *artigiani* (autônomos) que saíram de Verona e foram para Conegliano (região de Belluno) porque sabiam que a prefeitura havia feito um grande projeto de moradias populares para imigrantes, com a intenção de atraí-los para a região, pois, segundo o prefeito, essa é uma forma de “repovoar a região”, a qual é constituída de grande índice de idosos e baixíssima taxa de natalidade. Vimos, também, uma empresa de brasileiros que agencia enfermeiras no Brasil (em geral, de Porto Alegre e Caxias do Sul) para trabalhar em casas de família, monta escritórios em várias cidades da região do Vêneto, dá curso de formação para “trabalhar em família ou em qualquer serviço”, disse-nos a esposa de um dos proprietários.

*A gente vê onde tem mais precisão; onde as prefeituras ajudam mais, a gente vai. Mandamos vir do Brasil quando não há profissional aqui. Esse é o nosso trabalho, achar colocação para enfermeiras, assistentes domiciliares. Nosso ponto de referência é San Bonifacio porque lá tem muito brasileiro com família, mulheres dispostas a trabalhar e, já se criou hábito de pegar brasileiras lá [...]; nós estamos onde isso é possível”. (Declaração de uma brasileira de Criciúma que, em sociedade com uma italiana, possui uma agência que recruta e coloca imigrantes em casas de família, clínicas e hospitais).*

Imigrantes brasileiros que montam empresas no Norte e Nordeste do país, em geral, são *oriundi*, com dupla-cidadania e que se

associam a empreendedores italianos. Ao que nos pareceu, a dupla-cidadania tem favorecido esse processo. No meio rural isso é bem evidente; vimos que muitos fazem parcerias com empreendedores italianos, pois são esses que, com seu capital econômico e social (relações de conhecimento, de segurança nas atividades que lhes são demandadas por proprietários de terra e de parreirais), dão a garantia da oferta de trabalho e a caução junto ao demandador da qualidade do serviço. O ramo da construção civil, dos restaurantes, em especial churrascarias, da área vitivinícola, da produção de frangos, da prestação de serviços em hospitais e limpezas de prédios/condomínios etc., em nossa pesquisa, revelaram ser de grande expressão. As formas de como elas se realizam podem sofrer alterações e variabilidade.

Figura 4 - Brasileiros na colheita da uva; é uma atividade sazonal em que brasileiros montam empresas para fazer esse serviço, em geral, empregando co-nacionais.



Fonte: Foto gentilmente cedida por Flávio Boschetto (empreendedor brasileiro no setor vitivinícola).

Entrevistamos, em Milão, um empreendedor brasileiro do ramo de transferência de dinheiro que já trabalhou no Banco do Brasil

em São Paulo<sup>3</sup>, o mesmo montou um negócio do ramo de telefonia e de comércio “de produtos brasileiros”; disse que havia se formado no Brasil em Comércio Exterior; antes de abrir seu próprio negócio, afirmou ter trabalhado quatro anos em frigorífico, restaurante e agricultura na Itália. Em 2011 resolveu montar uma empresa de importação de produtos brasileiros; “já abasteci mercados em Milão, Verona, Bréscia e Treviso, onde tem bastante brasileiros, não é? [...]. Faço o que gosto e sei desempenhar; me associei até com um chinês pra exportar produto daqui pro Brasil”.

Contatamos imigrantes que trabalhavam na agricultura no Brasil e, na Itália, atuaram no mesmo espaço, ou seja, montaram empresas prestadoras de serviço em parreirais, dentre outras atividades. O inverso também não é incomum, ou seja, trabalhadores de restaurantes, de pizzaria, de plantação de uvas e colheita de vinho investirem no Brasil, em ramos específicos de sua atividade. Vimos isso em várias cidades de maior fluxo de origem de emigrantes; visitamos uma pizzaria *italiana*, com a denominação de “GP Brasil/Itália”, em Água Doce (SC), essa de um casal retornado da Itália, mas que circularam também pela Alemanha e Áustria. Outro imigrante, de Caxias do Sul, disse-nos que “o vinho é que nem carro, ta aparecendo coisa nova sempre; investi numa variedade que não tem no Brasil e, uma vinícola da Serra (Região colonial italiana do Rio Grande do Sul), garantiu a compra e vai tentar fazer um vinho novo”.

Esse “capital humano” se alimenta do capital social adquirido na Europa em associação com italianos, com co-nacionais e/ou de outras nacionalidades, e que é otimizado no local de origem. São estratégias que imigrantes adotam para viabilizar negócios, simbolizar a Europa em suas atividades, como é o caso de imigrantes que abrem negócios ligados à pizzaria no Brasil com propaganda da “experiência na Itália”, da “Itália para o Brasil”.

3 Conseguimos contatar com o mesmo via internet.

Uma cabeleireira brasileira relatou ter sido motivada no interior de uma das igrejas pentecostais; disse que sempre foi doméstica, mas que sempre sonhou em “fazer por conta, não depender de ninguém, aproveitar oferecer serviços para nós mesmos brasileiros que estamos aqui”. A mesma disse que se serve de conhecidos da Igreja que frequenta, organiza uma rede de demandadores e “ligo quando acho que está na hora de cortar os cabelos; viu só, sou eu que digo e lembro eles que ta na hora (risos)”.

São todas atividades que revelam nichos de atuação empreendedora, que expressam envolvimento e desafio de imigrantes para o mundo empreendedor; são atividades variadas, de difícil generalização; suas especificidades revelam, algumas mais, outras menos, os dinamismos do mundo do trabalho atual: informalidade, auto e alter exploração do trabalho, o forte discurso de ser empreendedor e desenvolver a atividade com autônomo, terceirização, nichos de mercado, etc. Assim como muitas das relações de trabalho que se desenvolvem entre co-nacionais não se diferenciam das que se produziam quando eram com italianos na forma de trabalho dependente.

#### **ANTÍDOTO À SUBALTERNIDADE**

Sem dúvida, empreender altera a performance negativa do imigrante, no âmbito social e como auto-referência, porém, enfatizamos sempre que há realidades múltiplas nesse processo e que não podem ser vistas de uma forma genérica; há discriminações e subalternização; algumas experiências negativas acabam produzindo generalizações, envolvendo contrabando, não pagamento de impostos, com intensa característica de informalidade e de exploração de co-nacionais (é muito evidente isso entre chineses, mas também entre albaneses e porque não entre brasileiros; ouvimos brasileiros comentarem sobre

co-nacionais que montam empresas, pegam dinheiro de bancos e “se mandam pro Brasil; a Interpol é acionada; um dia eles pegam”).

A constituição de capital social que permite produzir canais e redes étnicas, inclusive transnacionais, favorece muito a determinados imigrantes, como é o caso dos *produtos étnicos*, do envio de remessas, de compra e venda de passagens aéreas para o Brasil, como é o caso de uma brasileira que montou uma agência de viagem ao lado do prédio da Embaixada Brasileira em Milão, de empresas que vendem pacotes turísticos para o Brasil, do ramo gastronômico e *cultural* em geral – música, artesanato, feijão e arroz, erva-mate, chás, carvão para o churrasco, etc. Elencar todos esses processos tomaria muito espaço, porém, podemos dizer que revelam certo *transnacionalismo empreendedor* (AMBROSINI, 2001) que se alimenta pelo intercâmbio de produtos e bens de consumo do país a que pertencem, um nacionalismo que se produz na distância e só nessa é maximizado, nos contatos com as comunidades de origem, na proximidade com os co-nacionais.

Figura 5 - Propaganda de casa de lanches de imigrantes brasileiros em Milão.



Fonte: Pesquisa de campo.

Vimos em Milão uma empresa de viagens ao Brasil, na qual são sócios brasileiros e italianos, que, como já falamos, se localiza no prédio ao lado do Consulado Brasileiro. A funcionária brasileira

dessa agência que ficava todo o período de abertura do Consulado na porta de entrada do prédio entregando panfletos de promoções de viagens, envio de dinheiro, compra de cartões de celular para ligações ao Brasil, etc. Isso revela capacidade de percepção sinérgica dos negócios (documentação, retorno, turismo e viagens) que imigrantes conseguem empreender.

Figura 6 – Panfleto de empresa de brasileiros associados com italianos e que prestam serviço no prédio ao lado do Consulado Brasileiro de Milão; estratégia logística de negócios que empreendedores *transnacionais* viabilizam.



Fonte: Pesquisa de campo em Milão.

Há capitais sociais de imigrantes, relações potencializadoras com autóctones, visões de negócio, elementos culturais do grupo, experiências anteriores à emigração que, com o tempo, ganham corpo e induzem espaços. Um empreendedor do setor de dança, ritmos considerados “brasileiros”, diz que antes trabalhava numa fábrica de tecidos e, que, há dois anos, resolveu colocar uma “revenda de produtos brasileiros”; o mesmo disse não ter local fixo, participa de feiras, vende em casas, busca clientes, possui uma grande lista de brasileiros que “vai de Roma à Milão”.

É interessante observar que a simbologia da nação se corporifica na dinâmica de alguns negócios; reificam-se símbolos, generalizam-se horizontes culturais; “tudo é Brasil”, como nos disse um mediador

cultural brasileiro que trabalha em Roma. Em geral, compram-se símbolos, referências, identidades de origem, identificação com raízes, nostalgias, lembranças, idealizações, necessidades produzidas pelos vínculos sociais, geográficos e étnicos alterados. Junto com determinados grupos de imigrantes vão aparecendo mercadorias, relações informais vão sendo produzidas e intercâmbios de produtos em horizontes e espaços não convencionais (FLORIAN, 2004).

Figura 7 - Folhetos de empresas de brasileiros, prestadoras de serviços, em geral, a brasileiros.



Fonte: Material de campo recolhido em momentos de pesquisa.

Nota: Os proprietários lançam mão de símbolos da *brasilidade*, como a bandeira, futebol, praia, carnaval, samba, dentre outros, para servir de marketing.

O *transnacionalismo simbólico* (MARTES, 2001) se expressa em manifestações artísticas e culturais (samba, música brasileira, apresentação de capoeira, gastronomia – em especial o feijão, o arroz e o churrasco). “São mundos diferentes que se encontram”, diz um professor de capoeira que nos informa que, no fundo, “italianos não estão muito interessados na dimensão cultural e histórica da capoeira e, sim, como expressão corporal, como exercício grupal de atividade física, como ritmo musical com alguma afinidade ao Brasil”.

Figura 8 – Apresentação de Capoeira



Fonte: Panfleto distribuído na rua como propaganda para cursos de capoeira em Roma.

Nota: A capoeira apresenta-se na Itália como uma expressão de *etnicidade* generalizada como brasileira. Cursos, apresentações nas ruas e em “festas brasileiras”, expressam formas de otimizar essa referência cultural afro-brasileira; é uma grande manifestação de empreendedorismo *étnico* na Itália.

Muitas vezes essa *etnicidade* se amplia e alarga suas fronteiras; torna-se latino-americana. Há negócios para latinos, música latina, encontros de latinos. Vimos em Roma missas para latinos, bailes latinos, envio de dinheiro para América Latina, enfim, processos esses que revelam certa integração, aproximações de grupos com horizontes culturais e geográficos, ou, na realidade, são estratégias funcionais de alargamento de clientela sem nenhuma forma integrativa previamente definida (MACHADO, 2006). Em algumas atividades pode estar mais presente o *nostalgic trade*, a ideia de pertencimento a um grupo, a algo que conecta os consumidores ao seu contexto de origem (AMBROSINI, 2009).

Não há dúvida de que não é nada fácil a transferência tal e qual de alimentos, tipos, sabores entre um país e outro; a denominada “cozinha étnica” busca adaptar, hibridizar, transformar os produtos dando-lhes “uma cara” de Brasil, como nos disse um dono de lancheria que vende pastéis, salgadinhos em geral, pois “faltam os temperos, nem

tudo é igual, mas assim atraímos outros clientes também; brasileiros trazem aqui amigos italianos que também igualam nossos produtos aos deles”.

Enfatizamos que, não obstante revelarmos estratégias e racionalidades empresariais de imigrantes brasileiros, a mobilidade social, como sinônimo de empreendedorismo, é uma grande possibilidade, porém, não é tão fácil, nem simples e nem de uma forma automática (AMBROSINI, 2001); são, sim, necessárias políticas de incentivo, legislações adequadas, processos econômicos, jurídicos, étnicos e familiares, bem como elementos da sociedade de destino em correlação com a de origem e que funcionam em redes, estruturas de uma organização econômica *pós-fordista* e de um *labour intensive* (em especial na agricultura e construção civil), dentre uma série de outros elementos (FILIPPI, 2001).

Entendemos que não basta empreender e achar que tudo vai se alterar na vida do imigrante, em sua identidade social e nas condições objetivas e materiais no interior do país de destino. O empreendedorismo não é algo que, após iniciado, seja como micro-empresário, como autônomo etc., fornece certeza de continuidade. Vimos brasileiros que experimentaram várias atividades como não-dependentes (contratado por alguém) e não atingiram seus objetivos; alguns retornados que entrevistamos o fizeram porque perderam muito dinheiro fazendo prestação de serviço na forma empresarial. “Se sabia, não tinha me enfiado nessa; perdi dinheiro, praticamente o que fiz em três anos, perdi tudo; pensei até tentar numa outra cidade, mas minha mulher me desestimulou e acabamos retornando”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo de imigrantes revela indícios de processos integrativos no interior da sociedade, tempo e inventividades,

capacidade ou intenção de tentar dar salto em direção a uma possível mobilidade social. Não há dúvida de que vem ao encontro das dinâmicas do mundo do trabalho, de sua tendência para a centralidade no indivíduo, do autoemprego, da auto-responsabilidade, da tão propalada meritocracia e nichos de mercado. São todas questões que estão presentes. Porém, é necessário perceber as especificidades de relações, os sujeitos envolvidos e suas concepções, principalmente quando se trata da identidade e/ou identificação social do imigrante. Há questões estruturais presentes, mas há, também, subjetividades, intencionalidades subjacentes e adaptativas, racionalizadas pelos sujeitos envolvidos.

Praticamente todos os entrevistados e mesmo os que conversávamos aleatoriamente afirmavam que enfrentaram e continuam enfrentando muitas dificuldades, em particular, as ligadas ao crédito, ao exagero de burocracia e de garantias exigidas, os juros altos, envolvimento e o risco de integrar familiares (alguns deixaram “bons empregos”, tanto no Brasil, quanto na Itália) e recursos financeiros da família, de amigos, de parentes e conhecidos no Brasil, o risco de jogar por terra anos de vida e de poupança, de voltar para casa com “as mãos vazias”.

Alguns nos disseram que, na realidade, não se julgam empreendedores, e, sim, autônomos, que adotaram estratégias de auto-emprego. É comum essa estratégia em meio aos imigrantes de uma forma em geral para fugir da desocupação e/ou condição marginal laboral. As formas de exploração da força de trabalho como imigrante também estão no jogo das racionalizações, porém, não significa que, como empreender, autônomo ou não, esteja totalmente livre de situações de dependência, exploração e pressão social, principalmente nas atividades terceirizadas. Livrar-se das relações de assalariamento ou remuneração do trabalho contratado junto a outrem também não significa que não possam ser desenvolvidas relações de trabalho na

mesma lógica entre co-nacionais no interior dos empreendimentos de brasileiros. São processos relacionais complexos, presentes na sociedade capitalista, nas relações de compra e venda de trabalho e que transcendem especificidades étnicas.

Empreender é uma aventura e um risco; é uma complementação e resultado da também idealizada *aventura migratória*; demonstra coragem, para alguns uma *vocação empresarial*; exige preparação pessoal (domínio da língua, conhecimento de leis, certo capital social no interior de grupos, conhecimento de logística e da atividade em si); é também motivo de orgulho e torna-se um capital simbólico no interior do grupo, da família, junto aos que ficaram no local de origem, dentre uma série de outros elementos que, em última instância, revela a produção de relações sociais, certo protagonismo dos imigrantes e possibilidade de dar um salto qualitativo no interior do país, de reproduzir lógicas de exploração do trabalho e de adequar-se aos dinamismos das narrativas que enfatizam o neoempreendedorismo.

## REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila Costhek. *Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos*. São Paulo: Boitempo, 2014.

ABÍLIO, Ludmila Costhek. *Uberização do trabalho: subsunção real da viração*. 2017. Disponível em: <<http://passapalavra.info/2017/02/110685>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

AMBROSINI, Maurizio. Delle reti e oltre: processi migratori, legami sociali e istituzioni. In: DECIMO, F.; SCIORTINO, G. *Stranieri in Italia. Reti migranti*. Bologna: Il Mulino, 2007. p. 21-55.

AMBROSINI, Maurizio. Immigrati e lavoro indipendente. In: ZINCONE, Giovanna. *Secondo Rapporto Sull'integrazione degli Immigrati in Italia*. Bologna: Il Mulino, 2001. p. 369-373.

AMBROSINI, Maurizio. Immigrazione irregolare e politiche di contrasto: retoriche e realtà. *Mondi Migranti*, Milano, n. 3, p. 177-184, 2009.

ANTUNES, Ricardo. *O continente do labor*. São Paulo: Boitempo, 2011.

IGREJA EVANGÉLICA ASSEMBLÉIA DE DEUS E MISSÕES. *Primeira Escola Bíblica de Verona – Itália*. 2011. Disponível em: <<http://www.iadcg.org/portal/noticias/missoes/1657-primeira-escola-biblica-de-verona-italia>>. Acesso em: 9 fev. 2012.

CAMPOS, Adriano; SOEIRO, José. *A falácia do empreendedorismo*. Lisboa: Bertrand, 2016.

FILIPPI, Vittorio. Quando gli immigrati diventano imprenditori: la realtà dell'artigianato in Veneto e a Treviso. *Studi Emigrazione*. Roma, a. XXXVIII, n. 144, p. 811-829, 2001.

FLORIAN, Sonia. *Identità di frontiera. Migrazione, biografie, vita quotidiana*. Catanzaro: Rubbettino, 2004.

FONDAZIONE ETHNOLAND. *Immigrati imprenditori in Itália*. Roma: Edizione Idos, 2009.

IDOS. *Dossier statistico immigrazione 2015*. Roma: Idos Edizioni, 2016.

MACHADO, Igor. José Renó. *Um mar de identidades: a imigração brasileira em Portugal*. São Carlos: Edufscar, 2006.

MARTES, Ana Cristina Braga. A emigração brasileira e os pequenos empresários. In: CNPD - COMISSÃO NACIONAL DE POPULAÇÃO E DESENVOLVIMENTO. *Migrações internacionais: contribuições para políticas*. Brasília: MRE, 2001. p. 375-393.

MIRANDA, Adelina. Domestiche straniere e datrici di lavoro autoctone. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XXXIX, n. 148, p. 859-879, 2001.