
REDES DE IMIGRAÇÃO SÍRIA NO BRASIL E A CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

Resumo: A pesquisa que baseou este artigo teve como objetivo analisar como redes étnicas apoiam e influenciam na criação de novos negócios. Foi realizada uma pesquisa exploratória com 24 refugiados sírios nas cidades do Rio de Janeiro e Belo Horizonte, com a finalidade de compreender as condições institucionais e de acolhimento do país na criação de negócios étnicos, e a relação destes com diferentes públicos. Os resultados apontam que as redes étnicas influenciaram e disponibilizaram variados tipos de recursos que contribuíram com o processo empreendedor dos refugiados. Constatou-se a importância da atividade empreendedora para a geração de renda dos imigrantes, principalmente em negócios relacionados à sua cultura de origem. Os achados confirmaram que as estruturas sociais étnicas e não étnicas, são detentoras de um volume significativo de capital social, e este permite aos membros da estrutura o acesso a diversos tipos de recursos que promovem o processo empreendedor de refugiados.

Palavras-chave: Empreendedorismo de imigrantes. Sírios. Redes sociais. Capital social.

1 Introdução

Questões relativas à imigração são noticiadas com frequência em todo o mundo e tem se tornado alvo de preocupações de diversos países. Neste contexto pode-se mencionar a crise migratória na fronteira dos Estados Unidos e México, com a chegada maciça e contínua de imigrantes mexicanos, hondurenhos, e demais centro-americanos, assim como a crise dos refugiados com destino à Europa e a diáspora dos venezuelanos para o Brasil e Colômbia. Situações como estas, tem gerado importantes reflexões na sociedade atual e esta tem percebido que urge a integração social e econômica desses indivíduos, sobretudo aos que emigram em condições precárias e de refúgio.

Nesse sentido, o empreendedorismo parece representar uma alternativa para promover o desenvolvimento social e econômico e estimular a integração social dos imigrantes. De acordo com os dados divulgados em 2018 pela Organização das Nações Unidas (ONU), os conflitos na Síria já duram mais que a segunda guerra mundial. Até os dias atuais são sete anos de conflito, tendo o número de mortos ultrapassado as 300 mil pessoas. A ONU estima que mais de sete milhões de sírios abandonaram seus lares, sendo que aproximadamente 60% da população vive abaixo da linha pobreza. O número de refugiados ultrapassa cinco milhões. No Brasil, foram mais de 120 mil solicitações de refúgio nos últimos 7 anos, sendo os sírios a quarta maior nacionalidade que buscou refúgio no país (Brasil, 2017). No entanto, estes imigrantes e refugiados enfrentam diversas barreiras para se integrar social e economicamente na sociedade de destino. Muitos buscam no empreendedorismo sua sobrevivência. Pesquisa realizada por Diniz, Guimarães e Fernandes (2019), mostrou que os negócios de imigrante contribuem para movimentar a economia local, estimulando a competitividade e o crescimento econômico da sociedade de destino.

Nesse contexto, a pesquisa que deu base a este artigo teve o objetivo de analisar como redes étnicas apoiam e influenciam na criação de novos negócios. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratória com 24 imigrantes sírios, refugiados e solicitantes de refúgio nas

idades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Região metropolitana para ajudar a compreender as condições institucionais e de acolhimento do país na tomada de decisão para a criação de negócios étnicos e a relação desses negócios com diferentes públicos. O artigo foi estruturado da seguinte forma: após esta introdução, estabelece-se o referencial teórico que norteou a pesquisa e a análise dos dados coletados. No item 3 descreve-se a metodologia utilizada no trabalho de investigação. No item 4 apresenta-se a análise dos dados coletados, e por fim, no item 5, as considerações finais do trabalho.

2 Referencial Teórico

2.1 Empreendedorismo de refugiados

O estudo do empreendedorismo étnico ainda se encontra em fase embrionária. No entanto, tem despertado interesse de diversos pesquisadores tais como Zhou (2004); Portes e Zhou (1992, 2012); Urban (2011), Cruz, Falcão e Barreto (2018) e Nazareno, Zhou e You (2018); Diniz et al., (2019) entre outros. As pesquisas destes autores abordam o empreendedorismo étnico, como aquele realizado por imigrantes que fazem a opção por negócios ligados à sua herança cultural. Normalmente estes empreendedores mantêm laços culturais e emocionais com cóetnicos e tendem a se concentrar em um mesmo espaço geográfico, formando assim enclaves étnicos. Já os empreendedores imigrantes, são aqueles que fazem a opção por negócios presentes na economia *mainstream*, e ao contrário dos empreendedores étnicos, evitam manter laços emocionais com cóetnicos, sempre buscando se dissociar dos mesmos.

De acordo com Shinnar e Zamantili (2019), várias motivações levam o imigrante ao empreendedorismo, sendo a identificação de uma oportunidade e a necessidade as principais. Vale, Corrêa e dos Reis (2014), concordam com esta afirmação e mencionam que muitos estudos sobre empreendedorismo exploraram especialmente os fatores de natureza intrínseca para explicar a motivação empreendedora. Contudo, nos últimos anos tem se enfatizado fatores de natureza extrínseca, tal como o desemprego. Vale et al. (2014), acrescentam que fatores intrínsecos e extrínsecos podem interagir entre si, levando o ator ao empreendedorismo. No que tange ao empreendedorismo de imigrantes, pesquisadores como Peroni, Riilo e Sarracino (2016) relatam que ao chegar ao país de destino, imigrantes enfrentam diversas barreiras para se colocarem no mercado de trabalho formal, tais como falta de proficiência da língua, adaptação cultural, problemas de ordem migratória que, de acordo com a legislação do país de destino, podem colocar o imigrante em situação de irregular ou ilegal. Diante destas barreiras, muitos deles encontram no empreendedorismo uma forma de auto sustento e de se inserir social e economicamente na nova sociedade em que se propôs a viver (Diniz et al., 2019).

A vulnerabilidade que imigrantes e refugiados vivenciam, especialmente aqueles que migraram em um contexto precário como os de guerra e catástrofes naturais, geram sentimento de solidariedade entre cóetnicos e entre a população local onde o mesmo se encontra inserido. Esse sentimento de solidariedade, acaba se constituindo uma importante fonte de diversos recursos que contribuem para a atividade empreendedora dos imigrantes. (Zhou, 2004; Diniz et al., 2019).

2.2 Redes Sociais e Capital Social

Pesquisadores como Granovetter (1973; 1985; 1988; 2005b; 2008), Coleman (1988), Uzzi (1977), Burt (2001) tem verificado, em suas pesquisas empíricas, que a estrutura das redes sociais de um indivíduo está relacionada de forma direta à sua capacidade de identificar oportunidades, como um emprego ou um negócio. Neste contexto, Granovetter (1973) analisa o comportamento de indivíduos pertencentes a redes sociais, afim de averiguar como estas moldam ou restringem o comportamento, e como indivíduos manipulam redes para alcançar seus objetivos. De acordo com autor, as redes são compostas por dois tipos de laços, sendo eles denominados laços fracos e laços fortes. Os laços fortes são aqueles compostos por contatos frequentes e duradouros que geram redes coesas, solidariedade e confiança, encontrados normalmente entre familiares e amigos de maior proximidade. Os laços fracos, por sua vez, são aqueles pouco frequentes, mas que são relevantes na disponibilização de diversos tipos de recursos e informações valiosas. Na visão do autor, os indivíduos com poucos laços fracos são privados de informações de partes distantes do sistema social e ficam restritas as notícias do ambiente local e de amigos próximos. Assim, aqueles sistemas sociais muito fechados, que não possuem laços fracos, serão fragmentados e terão pouco acesso às ideias novas e não redundantes.

Granovetter (1973) ainda esclarece que as redes sociais dos indivíduos podem apresentar diferentes densidades, podendo estas serem classificadas como redes densas, e redes estendidas ou menos densas. As redes densas são formadas em sua maioria por laços fortes e apresentam maior coesão, alto nível de solidariedade e confiança. Já as redes estendidas ou menos densas, são aquelas formadas comumente por laços fracos. Neste tipo de rede se verifica grande volume de informações relevantes e acesso a diversos tipos de recursos, que podem auxiliar a atividade empreendedora. Diante disto, um importante fator deve ser levando em consideração - o capital social. Coleman (1988) define o capital social como sendo os recursos disponíveis nas estruturas sociais das quais o indivíduo faz parte. Segundo o autor, o capital social é uma variedade de diferentes entidades com dois elementos em comum: aspectos da estrutura social e facilitadores de certas ações dos atores dentro da estrutura. Assim como outras formas de capital, o autor entende que o capital social é produtivo, tornando possível o alcance de certos fins que, na sua ausência, não seriam possíveis de se alcançar. Para Coleman (1988), as relações sociais - ou redes de contato - constituem recursos de capital úteis para os indivíduos. Uma das formas de capital social citado pelo autor é o canal de informações. A informação é o alicerce para a ação. Uma das maneiras de adquirir informações relevantes consiste em usar as relações sociais que são mantidas especialmente entre os laços fracos, ou seja uma simples conversa entre conhecidos pode fornecer informações importantes sobre oportunidades de investimentos/negócios entre outros.

Diferentemente para Bourdieu (2002), o capital social é um bem individual. O autor aborda os benefícios obtidos pelos indivíduos mediante sua participação em grupos ou redes sociais. Os dois elementos que constituem o capital social para o autor são as redes de relações sociais, que permitem aos indivíduos terem acesso aos recursos dos membros do grupo ou da rede, e a quantidade e a qualidade de recursos do grupo. Um aspecto importante do capital social destacado por Bourdieu (2002) são os ganhos obtidos pelos indivíduos em decorrência de sua participação nos grupos. É esta participação que lhes permite apropriar-se dos benefícios materiais e simbólicos que circulam entre os membros da rede. Segundo essa

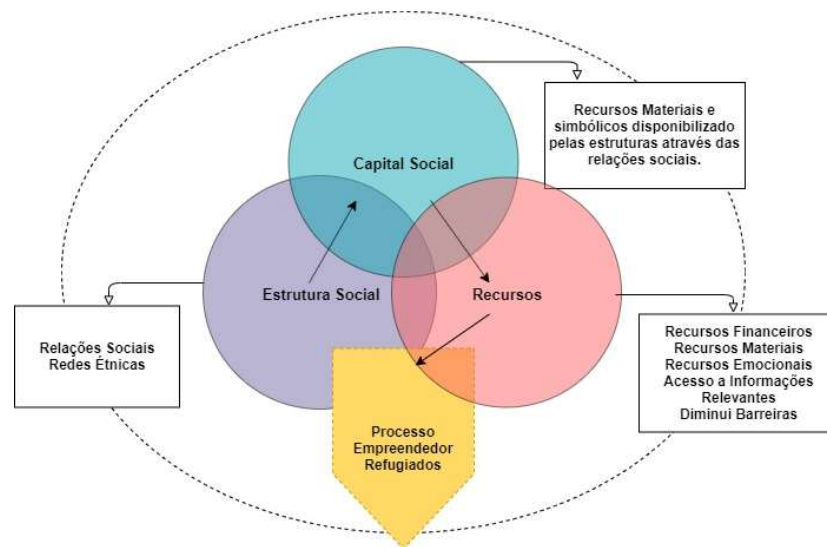
perspectiva, um indivíduo inserido numa grande rede cujos integrantes possuem recursos (econômicos ou humanos), teria mais facilidade de encontrar oportunidades de um novo emprego ou negócio. Burt (2001), discorre sobre a importância de duas estruturas de rede que criam capital social: as redes fechadas (ou enclausuradas) e os “buracos estruturais”. Para o autor, a primeira poderia gerar valor (capital social) através de elementos (atores) interconectados, e a segunda através da “intermediação” (*brokers*) entre redes pouco conectadas. Burt (2001) ressalta que a conexão entre os indivíduos em uma estrutura de rede pode ser bem diferente uns dos outros. Sendo assim, quem está melhor conectado ou mesmo possui uma boa conexão pode obter melhores vantagens de sua posição relativa à rede. Neste contexto podemos ressaltar a importância da questão do *Embeddedness* (imersão) abordado por Granovetter (1985; 2008). O autor considera que no interior das estruturas sociais, baseadas em redes interpessoais, é que são geradas condições para o desenvolvimento de empreendimentos, na medida em que a interação entre os indivíduos é que possibilita a estrutura e acesso ao capital social, sendo a ação humana afetada pelas relações sociais onde os atores se encontram imersos (Mizruchi, 2009). Da mesma forma, Wasserman e Faust (1999) defendem que as redes sociais são canais de transferência de recursos, sejam materiais ou imateriais, capazes de disponibilizar a seus membros o acesso a estes recursos de forma diferenciada. Percebe-se então que a estrutura social configura um tipo de capital que pode gerar, para certos indivíduos ou grupos, vantagem competitiva na busca de seus fins, uma vez que pessoas conectadas alcançam retornos mais altos (Burt; 2001). Enfim, os achados teóricos sobre as relações sociais convergem para uma sobreposição quanto ao papel do ator. A ideia é que a rede de relações enraizadas (imersas), seja de laço forte ou laço fraco, pode trazer benefícios para o indivíduo, representando um importante recurso para a atividade empreendedora.

2.3 Modelo Teórico para Análise dos dados

A discussão sobre empreendedorismo de refugiados, redes sociais e capital social, nos possibilitou a criação de um modelo teórico para auxiliar análise dos dados conforme abaixo.

O modelo da Figura 1 busca representar como as redes sociais influenciam o processo empreendedor de refugiados. Conforme mencionado por Shinnar e Zamantili (2019), várias motivações levam o imigrante ao empreendedorismo sendo a oportunidade e a necessidade as principais. No entanto, para que o processo empreendedor seja possível, o indivíduo precisa estar inserido em determinada estrutura social. De acordo com Coleman (1988) e Burt (2001), pode-se entender como estruturas sociais as relações existentes entre os indivíduos. Granovetter (1985; 2008) considera que no interior das estruturas sociais, baseadas em redes interpessoais, é que são construídos empreendimentos e emergem as instituições, ou seja, a interação entre os indivíduos é que gera a estrutura (rede), sendo a ação humana afetada pelas relações sociais onde os atores se encontram imersos (Mizruchi, 2009).

Figura 1 – Influência das Redes Sociais no Processo empreendedor de refugiados



Fonte: Elaborado pelos autores

Em consonância com a literatura, o modelo teórico apresenta a estrutura social como fonte de capital social. Conforme abordado por Coleman (1988) as relações sociais (ou redes de contato) se constituem fonte de recursos úteis para os indivíduos. Bourdieu (2002) acrescenta mencionando os ganhos e os benefícios obtidos pelos indivíduos mediante sua participação em grupos ou redes sociais. Neste contexto, estão inseridas as redes étnicas. Aldrich e Waldigner (1990) e Portes e Zhou (1992) relatam que os indivíduos imersos em estruturas compostas por coétnicos, favorecem o empreendedorismo étnico, haja vista que a falta de recursos, a falta de proficiência no idioma, fazem com que os membros desta estrutura se mobilizem oferecendo ajuda mútua, visando a adaptação, diminuição das barreiras no país de destino, acesso a recursos e estratégias de gestão que facilitam o processo empreendedor. Isso gera solidariedade limitada o que favorece o acesso a recursos e a criação de normas de comportamento entre os coétnicos que estejam enfrentando situações adversas no país de destino.

No modelo teórico também são abordados os aspectos relativos ao capital social mencionados por Coleman (1998), Burt (2001) e Bourdieu (2002) onde o capital social é capturado a partir da estrutura social, ou seja, ele está imerso na estrutura. Para Bourdieu (2002), cada membro da estrutura é detentor de capital social, sendo que a interação do indivíduo com os demais membros é que lhes permite apropriar-se dos benefícios materiais e simbólicos que circulam entre os membros da rede. Segundo essa teoria, um indivíduo inserido em uma grande rede cujos integrantes possuam recursos (econômico ou humano), teria mais facilidade de encontrar oportunidades de um novo emprego ou criar um novo negócio. Coleman (1998) ainda ressalta que uma das formas de capital social é o canal de informações, e esta pode ser considerada como o alicerce para a ação. Uma das maneiras de adquirir informações relevantes consiste em usar as relações sociais, pois elas podem fornecer informações importantes sobre oportunidades de investimentos/negócios entre outros. O autor também esclarece que através do capital social é que se pode acessar variados tipos de recursos, como capital físico, capital humano, e capital financeiro e estes, por conseguinte,

contribuem para o processo empreendedor. Burt (2001) complementa afirmando que as pessoas que estão em melhor posição em uma estrutura social, são aquelas mais conectadas, uma vez que obtêm maiores vantagens competitivas, em relação aos diversos e diferentes atores das redes. Os atributos de algumas pessoas, como serem mais inteligentes, atraentes, articuladas, habilidosas, pode ser uma vantagem competitiva na estrutura da rede, compondo seu capital social. O autor conclui que, quem está melhor conectado ou mesmo possui uma boa conexão, pode obter melhores vantagens de sua posição relativa na rede, através do acesso ao capital social e conseqüentemente aos recursos por ele disponibilizado.

Em síntese, a literatura nos apresenta elementos que suportam o modelo teórico apresentado, onde o processo empreendedor de refugiados abarca todos os aspectos concernentes as relações sociais (redes), sejam elas étnicas ou não étnicas. Desta forma acredita-se que o processo empreendedor de refugiados é diretamente afetado pelas estruturas sociais (redes), e estas são elementos chaves para a criação de novos negócios, haja vista, que é através dela que se pode ativar o capital social e acessar os recursos necessários que irá facilitar o processo empreendedor dos imigrantes.

3 Metodologia

A pesquisa realizada foi de natureza qualitativa e método adotado foi o estudo de caso múltiplos. De acordo com Yin (2005) a essência de um estudo de caso é esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões, bem como o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e quais foram os resultados alcançados. A principal estratégia de coleta de dados foi o uso de entrevistas em profundidade (Denzin & Lincoln, 2011), com 14 refugiados sírios, comerciantes ou empreendedores estabelecidos no Rio de Janeiro e 10 refugiados sírios estabelecidos na cidade de Belo Horizonte e região metropolitana. Os pesquisadores seguiram um roteiro semi-estruturado (Creswell, 2013), que continha questões sócio demográficas e de negócios. As entrevistas foram realizadas na rua, nos estabelecimentos dos empreendedores, e em um festival de comida e cultura Sírio-Libanesa, organizado pelo Consulado Sírio em Belo Horizonte. Anotações e observações de campo complementaram a coleta de dados. Cada entrevista durou de 40 a 60 minutos, gravadas usando um *celular smartphone*, sendo elas transcritas integralmente. Seu objetivo foi o de compreender as trajetórias dos entrevistados e o processo de criação de seus negócios. Isso permitiu aos pesquisadores conhecerem suas histórias ao chegarem ao Brasil, e a existência, ou não, de uma conexão com redes de apoio. Os dados também foram triangulados com fontes documentais da mídia e a literatura existente sobre empreendedorismo imigrante e enclaves étnicos. As entrevistas foram realizadas entre agosto de 2017 a maio de 2019, sendo algumas em português, outras em inglês, com auxílio do Google tradutor, aplicativo instalado no celular do entrevistador. Os pesquisadores seguiram os procedimentos de Eisenhardt (1989) ao apresentarem os casos e analisar os dados coletados, visando fazer proposições. O script de entrevista incluiu o levantamento de dados sócio demográficos e profissionais dos empreendedores, informações sobre a decisão de imigrar para o Brasil e como se deu a chegada e a criação de seus negócios. A Quadro 1 mostra a informação geral dos entrevistados selecionados para o estudo de casos e análise.

Quadro 1 – Informações dos Entrevistados

	Imigrante	Idade	Atividade	Moradia	Local de Trabalho	Cidade	Sexo	Tempo no Brasil	Experiência anterior ou formação
1	Braheem	32 anos	Quiosque de salgados árabes	Centro de Niterói com primo	Quiosque no Niterói Shopping	Niterói	M	9 meses	Engenheiro mecânico na Síria
2	Ali	22 anos	Quiosque de salgados árabes	Tijuca com os tios	Estação Carioca	Rio de Janeiro	M	1 ano e 4 meses	Trabalhava com comida na Síria
3	Ihab	26 anos	Quiosque de salgados árabes	Tomás Coelho com dois amigos	Estação Cinelândia	Rio de Janeiro	M	4 meses	
4	Ousama	23 anos	Quiosque de salgados árabes	Cosme Velho com pai e irmãos	Praça XV	Rio de Janeiro	M	3 anos	Faculdade na Síria
5	Omran	23 anos	Quiosque de salgados árabes	Cosme Velho com pai e irmãos	Praça XV	Rio de Janeiro	M	2 anos e 5 meses	Trabalhava com ferro na Síria
6	Armin	27 anos	Quiosque de salgados árabes	Lapa com pai, mãe e irmãos	Em frente ao Botafogo Praia Shopping	Rio de Janeiro	M	4 anos	Trabalhava com turismo na Síria
7	Não se Identificou	22 anos	Quiosque de salgados árabes	Andaraí com amigos,	Rua Mena Barreto, Botafogo	Rio de Janeiro	M	9 meses	Cursava faculdade de matemática na Síria
8	Abdullah	27 anos	Quiosque de salgados árabes	Paróquia São João Batista, Botafogo com irmão	Rua Mena Barreto, Botafogo	Rio de Janeiro	M	2 anos e 6 meses	Formado em Letras Árabe-Inglês, tinha lanchonetes na Síria
9	Nour	25 anos	Quiosque de salgados árabes	Paróquia São João Batista, Botafogo com marido e três filhos	Ao lado da Paróquia	Rio de Janeiro	F		Trabalhava com depilação a laser na Síria
10	Mouhamad	32 anos	Quiosque de salgados árabes	Paróquia São João Batista, Botafogo com marido e três filhos	Ao lado da Paróquia	Rio de Janeiro	M		Trabalhava em restaurante e depois como Diretor de vendas na Síria
11	Maias	25 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora sozinho no Cantagalo	Av. Nossa Sra. Copacabana	Rio de Janeiro	M		Engenheiro e tinha loja na Síria,
12	Ali	29 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora sozinho em Copacabana	Av. Nossa Sra. Copacabana	Rio de Janeiro	M		

13	Mohammad	21 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora na Tijuca com o tio	Av. Nossa Sra. Copacabana	Rio de Janeiro	M		Fazia faculdade de árabe
14	Monzer	46 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora na Lapa com tia, primo e filho	Largo do Machado	Rio de Janeiro	M	10 meses	Trabalhou com várias coisas na Síria
15	Foad	36 anos	Restaurante de comida árabe	Esposa e filhos em Betim/MG	Rua Rio de Janeiro - Centro, Betim	Betim	M	05 anos	Chef de Cozinha na Síria
16	Yazan	25 anos	Lanchonete árabe	Mora com irmão em BH/MG	Alameda Oscar Niemayer	Nova Lima	M	05 anos	Garçom na Síria
17	Nizar	34 anos	Salão de Beleza	Mora com esposa e irmão em BH/MG	Rua Pernambuco Savassi	BH	M	05 anos	Salão de Beleza na Síria
18	Elian Sokkar	30 anos	Lanchonete árabe	Mora com irmão e amigo sírio em BH	Rua Paraíba Savassi	BH	M	05 anos	Joalheiro na Síria
19	John Eshak	23 anos	Lanchonete árabe	Mora com amigo sírio em BH	Av Getúlio Vargas Savassi	BH	M	05 anos	Estudante de Medicina na Síria
20	Khaled Tomeh	34 anos	Lanchonete árabe	Mora com esposa, filha e pais em BH	Rua Goitacazes Centro	BH	M	05 anos	Engenheiro de alimentos na Síria
21	Zack	25 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora com os pais em BH	Feira do Mineirinho	BH	M	04 anos	Barbeiro na Síria
22	Gaby	29 anos	Lanchonete árabe	Mora com a família em BH	Av. Francisco Sá - Prado	BH	M	09 anos	Estudante de Economia na Síria
23	Nabil	41 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora com a família em BH	Feira do Mineirinho	BH	M	04 anos	Dono de Restaurante na Síria
24	Farahad	32 anos	Quiosque de salgados árabes	Mora com a família em Betim	Em frente a Igreja Batista da Lagoinha - Betim	BH	M	02 anos	Pintor de Carro

Fonte: Dados coletados pelos autores

O método de análise das entrevistas seguiu o protocolo de Bardin (2006), sendo a análise dividida em três fases: (i) Pré-análise; (ii) Exploração do material; (iii) Tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Durante a fase da pré-análise, realizou-se a transcrição integral das entrevistas, organizando-as, com o objetivo de torná-la operacionalizáveis, sistematizando as ideias iniciais. Neste processo de organização foram realizadas quatro etapas, sendo elas i) leitura flutuante, onde se deu um primeiro contato com os textos

transcritos, derivados da coleta de dados por meio de entrevistas; ii) escolha dos documentos (ou trechos deles), realizando-se uma demarcação do que seria analisado.

A segunda fase consistiu na exploração do material e sua categorização, foram elencadas as seguintes categorias: Barreiras enfrentadas pelos entrevistados, a identificação da atuação das redes sociais e os recursos disponibilizados no processo empreendedor. A exploração do material nos possibilitou riqueza de interpretações e inferências sobre o tema tratado (Bardin, 2006). Já durante a terceira fase, inferência e interpretação, se deu o tratamento dos resultados, a partir de uma análise reflexiva e crítica em cima dos relatos das entrevistas (Bardin, 2006). Para a análise dos dados adotou-se o software '*Atlas.ti*', que permitiu a organização das categorias que emergiram da análise para serem confrontadas com o referencial teórico abordado. Por sua natureza qualitativa e exploratória, o objetivo do estudo não foi o de quantificar com precisão o número de empreendedores sírios ou comerciantes, tampouco buscar por explicações totalizantes ou generalizações. Conforme anteriormente mencionado, o objetivo foi de analisar como redes étnicas apoiam e influenciam na criação de novos negócios.

4 *Análise dos Dados*

Após a fase de categorização e codificação, buscou-se analisar os dados levantados, com o propósito de cumprir o objetivo da pesquisa. A análise foi realizada tendo como base o referencial apresentado e o modelo teórico elaborado. Para apresentação dos principais achados derivados das entrevistas em profundidade, foram agrupados os temas comuns que emergiram das mesmas. A maioria dos entrevistados foi do sexo masculino, jovens e solteiros, fugindo da guerra e buscando juntar dinheiro para posteriormente retornar a seu país de origem. Os entrevistados trabalham com barracas de salgados, lanchonetes e restaurantes, pois segundo, os mesmos não exigem o domínio do português, além de geralmente saberem cozinhar, ou contarem com o apoio de familiares na produção dos alimentos, e ou terem acesso aos salgados nas fábricas onde são produzidos.

No Rio de Janeiro, foram encontradas pelo menos duas fábricas de salgados árabes que garantem sustento de estrangeiros, que os revendem em barracas padronizadas em pontos centrais da cidade. Um desses fornecedores é o sírio Taleb Yázigi, de 47 anos, radicado no Brasil há 13 anos, que repassa os salgados para pelo menos 20 vendedores que comercializam em diversos pontos da cidade. A fábrica conta com uma equipe de 16 pessoas, sendo nove refugiados e sete brasileiros, que se revezam em três turnos para garantir que esfirras, quibes, falafels e biscoitos de gergelim estejam sempre frescos. A prefeitura do Rio de Janeiro, em 2016, autorizou o trabalho de refugiados como ambulantes, fazendo o negócio das fábricas fornecedoras crescer desde então. Segundo Taleb, a fábrica ajuda, aproximadamente, cem famílias. Os salgados são comercializados por R\$1 (um real) a unidade e as caixas com dez salgados pequenos por R\$5,00 (cinco reais). Alguns refugiados sírios, entrevistados na pesquisa, afirmam que seu lucro gira em torno de R\$75 a R\$ 100 por dia.

Além do elo do fornecimento de produtos, há o elo do acolhimento. Tanto no Rio de Janeiro quanto em Belo Horizonte há padres que falam árabe e promovem, com apoio da Cáritas Diocesana¹, abrigos para refugiados em imóveis anexos às igrejas e em apartamentos alugados e mantidos pelos fiéis da igreja. Este trabalho da Cáritas, por sua vez, tem apoio do Acnur (Alto Comissariado da ONU para os Refugiados) e do Comitê Nacional para os

Refugiados (Conare), órgão vinculado ao Ministério da Justiça. Em Belo Horizonte e região metropolitana também foram identificadas igrejas e ONGs evangélicas, tais como Igreja Batista da Lagoinha e a ONG MAIS (Missão em apoio a igreja sofredora) que recebem, acolhem, ajudam com questões linguísticas e burocráticas e contribuem no sustento dos refugiados e imigrantes. No Rio de Janeiro, Padre Alex, da paróquia de Botafogo, Zona Sul do Rio, relata que “os árabes convivem harmonicamente no mesmo espaço com uma família ucraniana e outra nigeriana. Todos recebem moradia e alimentação pelo período de três meses”. Ao retornar da Síria, Padre Alex se prontificou a receber refugiados em sua paróquia, com o apoio da Cáritas.

Já em Belo Horizonte o padre George Rateb Massis, que também é sírio e vive no Brasil há 18 anos, vem recebendo refugiados desde 2012, graças ao intermédio da Arquidiocese de Belo Horizonte, que realiza há três anos a campanha “Juntos pela Síria”, para angariar fundos para apoio aos refugiados na capital mineira. Padre George disponibiliza um apartamento na região central de Belo Horizonte que tem capacidade de receber até 18 pessoas. Este apartamento é mantido com as doações dos fiéis que frequentam a igreja na qual o Padre George é o responsável. As instalações são simples, mas a convivência é harmoniosa entre os refugiados. Padre George articula uma rede de apoio aos refugiados sírios através dos frequentadores da igreja. Cada membro apadrinha um dos refugiados, auxiliando-os na aquisição da proficiência do idioma, na regularização de documentos, na solicitação de refúgio, em sua inserção no mercado de trabalho, bem como na orientação de diversos assuntos e apoiando-os emocionalmente. O consulado sírio em Belo Horizonte também tem se constituído em uma importante rede étnica de apoio aos refugiados. Anualmente o consulado sírio em Belo Horizonte organiza um festival de cultura e comida sírio-libanesa. Neste evento os refugiados vendem comidas típicas de sua cultura, facilitando o empreendedorismo dos mesmos.

4.2 Principais barreiras enfrentadas

As barreiras enfrentadas pelos refugiados foram diversas, perpassando a obtenção de recursos para o processo migratório até o início da atividade empreendedora efetiva. Nos relatos abaixo pode-se identificar as barreiras relativas ao processo migratório para se chegar até o Brasil.

“Meu plano era conseguir os passaportes e ir para Turquia e de lá ir para a Europa. Mas não deu certo, então eu saí para Jordânia. De Damasco fui para Jordânia. [...] Foi mais fácil vir para o Brasil porque os outros países exigiam visto.
(Foad)

“Passei primeiro pelo Líbano. Morei pouco tempo lá. Meu irmão morava no Líbano, o que é padre [...] Sim, eu tentei, mas realmente não é fácil se conseguir um visto para outros países e o Brasil deu tudo certo para mim, por isso que eu vim.”
(Yazan)

Nos relatos acima ficam evidenciados que alguns imigrantes sírios vieram diretamente ao Brasil, outros realizaram um trajeto passando pela Turquia, Líbano, Dubai ou Jordânia. Em quase todos os relatos coletados, os entrevistados mencionaram que seu destino inicial era a Europa ou Estados Unidos. Como para estes lugares eram necessários obterem vistos, fizeram a opção pelo Brasil por não existir essa exigência e por já possuírem contatos neste país. Outro fator identificado como barreira, foi a permissão para o trabalho formal no país de destino. Tanto na Jordânia como na Turquia e Líbano, os sírios não tinham permissão para o

trabalho formal, confirmando com o mencionado por Peroni, et al., (2016) em que imigrantes ao chegar ao país de destino, enfrentam diversas barreiras para se colocarem no mercado de trabalho formal, tais como falta de proficiência da língua, adaptação cultural, problemas de ordem migratória que de acordo com a legislação do país de destino, podem colocar o imigrante em situação de irregular ou ilegal. A dificuldade com o idioma também foi considerada como barreira para os refugiados. Ao chegarem ao Brasil, tiveram dificuldade em se comunicar, pois, não falavam o português, e em consequência disto, enfrentaram dificuldades para conseguir emprego e recursos para sua sobrevivência.

“Eu sofri muito, foi muito sofrido porque teve a questão da língua, pois, para arrumar um emprego melhor precisava falar a língua e não tinha quem nos ensinasse, foi muito difícil.[...] Então eu sofri aqui com tudo. Eu sofri com a questão da língua, alimentos, cultura, todas estas coisas.” (Foad)

“Então, eu cheguei aqui no Brasil, um país que eu sempre quis conhecer, mas e a língua. Ai que está a língua [...] Quando aprendi a língua fui direcionando meu caminho para trabalhar com comida”. (Yazan)

4.3 Redes de Apoio

Durante a análise dos dados ficou evidente como as redes de apoio formadas pelos imigrantes ao longo de suas trajetórias, foram essenciais no acolhimento, na adaptação, na superação das barreiras linguísticas e culturais, e na disponibilização de diversos tipos de recursos, tais como: recursos financeiros, máquinas e equipamentos, recursos de ordem emocional, entre outros. Como mencionado por Zhou (2004) e Diniz et al., (2019), o sentimento de solidariedade que permeiam a imigração, especialmente aquelas realizadas em contextos de grande vulnerabilidade, como a dos entrevistados, acaba se constituindo uma importante fonte de recursos de diversas ordens, que contribuem para a atividade empreendedora dos imigrantes (Zhou, 2004; Diniz et al., 2019). Logo ao chegarem ao Brasil, os imigrantes receberam apoio de igrejas que os acolheram oferecendo moradia, e outras ofereceram recursos financeiros pelo período de seis meses para pagamento de aluguel e despesas com alimentação e serviços essenciais como água e energia elétrica.

“Voltei, esperei e eles falaram “tem uma igreja que você pode ficar sem pagar nada [...]Então eu cheguei aqui, o padre me recebeu falando árabe comigo, isso foi... brasileiro falando árabe... me mostrou onde eu vou dormir, falei muito obrigado” (Abdullah)

“A igreja arcou com todas as despesas por exemplo: aluguel, água, luz...e mais um valor para a gente comprar alimentos e viver” (Foad)

As redes sociais dos imigrantes além de os receberem, auxiliaram orientando em como tirar documentos básicos no Brasil tais como registro geral, cadastro de pessoa física (CPF), bem como a solicitação de refúgio na Polícia Federal Brasileira. Já documentados, buscaram trabalho no mercado formal. Muitos não conseguiram por falta de proficiência na língua, conforme já identificado por Peroni et al., (2016). Outros conseguiram, porém sentiram-se explorados por empresários oportunistas, como o caso de Mouhamad de 21 anos, que conseguiu emprego de chefe de cozinha em um restaurante libanês, no Centro do Rio de Janeiro, onde trabalhou por 7 meses. Assim que começou a trabalhar, o empregador o fez

mudar de Jacarepaguá para a Tijuca, para ficar mais perto do trabalho. Ele teve que pagar uma multa para rescindir o contrato de aluguel que não estava no orçamento. Apesar de ter entregado sua carteira de trabalho para o empregador, ela nunca foi devolvida assinada e, após sete meses, em uma das vezes que solicitou a devolução da carteira, o empregador a devolveu sem assinar e disse que ele estava demitido. Ganhava um salário e fazia longas jornadas no restaurante. Foi quando decidiu, com sua esposa, montar uma barraca de salgados.

Entre os refugiados localizados na região metropolitana de Belo Horizonte, as redes sociais ofereceram apoio relativos a moradia, a inserção no mercado de trabalho e no processo empreendedor. Elian, de 30 anos, e John Eshak, de 24 anos, foram recebidos em Belo Horizonte em 2014 por Padre George. Eles moraram durante algum tempo no apartamento onde o padre abriga vários refugiados sírios. Através das redes sociais do Padre eles conseguiram trabalho em um restaurante de comida árabe muito famosa em Belo Horizonte, de propriedade de outro sírio. Elian e John vieram juntos da Síria, e também trabalharam juntos no mesmo restaurante. Os refugiados relataram que trabalharam duro, horas e horas e sem folga. Elian se saiu muito bem no trabalho e em seis meses se tornou gerente da loja do restaurante. Certo dia, Elian sentiu vontade de comer um sanduíche típico da Síria chamado Kebab, mais conhecido como Shawarma e não encontrou em nenhum estabelecimento em Belo Horizonte. Diante disto, Elian percebeu a oportunidade de negócio, e junto com o amigo John Eshak abriram uma pequena lanchonete chamada Sítio Sírio, em uma região nobre de Belo Horizonte. A lanchonete fez muito sucesso, e chegava a formar filas gigantescas para comprar shawarma, quibes e falafel. O negócio foi crescendo e atualmente já são três lojas na região da Savassi em Belo Horizonte.

“Quando cheguei no Brasil, procurei por Kebab e não encontrei. Pensei isto não tem aqui! Desde quando cheguei eu pensava nisto, ou seja, desde fevereiro de 2014. Nem na Vila árabe tinha, ele colocou agora na loja dele. Eu pensei neste sanduíche como uma oportunidade. Ele é original, do mesmo jeito que é feito lá, fazemos ele aqui. Começamos a juntar o dinheiro para abrir a primeira lanchonete.” (Elían)

De forma semelhante podemos perceber como as redes sociais foram importantes para Foad, Yazan e Nizar também imigrantes na região metropolitana de Belo Horizonte. Ambos refugiados chegaram ao Brasil no ano de 2014. Yazan e seu irmão Nizar, foram recebidos por Padre George, os irmãos também conseguiram se inserir no mercado de trabalho, através dos contatos da rede social do padre. Yazan, por meio de uma indicação do padre George, foi trabalhar em um café. Lá ele aprendeu fazer *cappuccinos* e vários tipos de doces. Certo dia, um amigo do dono do café, mencionou que era dono de um salão de beleza, e Yazan pediu uma oportunidade para seu irmão Nizar, dizendo que ele era cabelereiro na Síria e no Líbano, e que havia penteado várias estrelas da televisão e do cinema árabe. Nizar fez um teste no salão e foi contratado. Logo fez muito sucesso e passou a ser conhecido pela alta sociedade mineira. Posteriormente, Nizar conseguiu levar Yazan para trabalhar no salão como ajudante, mas Yazan não se adaptou e conversou com a proprietária do salão. A proprietária perguntou com o que ele gostava de trabalhar e Yazan disse que gostava de trabalhar com comida, então Dora proprietária do salão, o colocou para trabalhar na lanchonete que funcionava dentro do salão. A lanchonete pertencia a sua cunhada, e esta fazia e vendia salgados. Yazan passou a fazer os doces que havia aprendido no café e com o tempo foi aprendendo a fazer salgados. A dona da lanchonete passou por alguns problemas pessoais e doou à lanchonete para Yazan,

deixando todas as máquinas e equipamentos da lanchonete e estoques existentes. Yazan criou um novo sanduíche sírio na lanchonete, chamado Maazaaji que significa “o amor e a alegria que alimentam a alma”. O sanduíche se tornou o carro chefe de sua lanchonete.

As redes sociais também se constituíram muito importantes para o processo empreendedor no caso de Nizar. Conforme mencionado, Padre George que o recebeu, organiza uma rede de pessoas que frequentam sua paróquia para “apadrinhar” os refugiados. A pessoa que apadrinhou Nizar, percebendo seu talento, propôs abrir um salão em sociedade com Nizar. Esta sociedade não deu certo, mas representou o primeiro passo para que Nizar abrisse seu próprio salão na mesma região. Os relatos de Elian, John Eshak, Yazan e Nizar corroboram com outros estudos que constataram que a estrutura das redes sociais de um indivíduo está relacionada de forma direta à sua capacidade de identificar oportunidades, como um emprego ou um negócio. E que os laços fracos são relevantes na disponibilização de diversos tipos de recursos e informações relevantes (Granovetter, 1973; 1985; 1988; 2005b; 2008; Coleman, 1988; Uzzi, 1977). Podemos perceber também a atuação e apoio das redes étnicas representadas pelo consulado Sírio em Belo Horizonte, através da organização do festival de comida e cultura sírio-libanesa, onde os refugiados Gaby, Nabil e Kaled Tomeh tem participado e projetado seus negócios alimentícios desde o primeiro festival realizado em 2018. Os refugiados ganharam maior visibilidade e divulgação dos produtos por eles comercializados. Adicionalmente, o festival resgata a cultura Síria e Libanesa através das comidas típicas, músicas e danças, se tornando um ponto de encontro para os cóetnicos e uma maneira de diminuir a saudade da terra natal.

4.4 Recursos Disponibilizados no Processo Empreendedor

De acordo com a literatura abordada, dois elementos importantes no processo empreendedor foram analisados, as redes sociais e o capital social. Segundo Mizruchi (2009), as redes sociais são canais de transferência de recursos, materiais e imateriais, capazes de disponibilizar a seus membros o acesso a estes recursos de forma diferenciada. Percebe-se nos relatos dos entrevistados que as estruturas sociais (redes) foram essenciais na promoção do processo empreendedor dos mesmos. Essa afirmação foi verificada em todos os casos analisados, especialmente entre os de Foad, Elian, John Eshak, Yazan, Nizar, Nabil, Armin, Braheem, Ali e Abdullah, onde ficou evidenciado como as redes étnicas estabelecidas foram importantes no acolhimento destes refugiados, na diminuição das barreiras enfrentadas especialmente as linguísticas e relativas a documentação e na disponibilização de recursos que levaram os refugiados ao empreendedorismo (Peroni et al., 2016).

No caso de Elian e John Eshak, foi possível verificar como as redes étnicas contribuem com o processo empreendedor de cóetnicos conforme relatado por Zhou (2004). Ao serem empregados por outros sírios, os entrevistados aumentaram seu capital humano relativo ao conhecimento da culinária árabe e tiveram acesso a recursos financeiros decorrente do trabalho realizado no restaurante de um cóetnico. Foi verificada a atuação de rede étnica nos casos de Yazan, Nizar, através do apoio do Padre George, também de origem síria. A estratégia utilizada pelo Padre para ajudar os refugiados sírios por meio de apadrinhamento, significou a ponte para que Nizar e Yazan se tornassem empreendedores, corroborando com Granovetter (1985; 2008), que menciona que no interior das estruturas sociais, baseadas em redes interpessoais, é que são construídos os empreendimentos. No caso dos sírios Nabil,

Armin, Braheem, Ali e Abdullah localizados na região do Rio de Janeiro, verificamos o apoio das redes étnicas no processo empreendedor por meio dos fornecedores de salgados, como Taleb Yázigi que repassa salgados com preços mais acessíveis aos cóetnicos e estes revendem em quiosques espalhados na região central do Rio de Janeiro e na cidade de Niterói. As redes étnicas também foram ricas na disponibilização de recursos em relação à moradia, alimentação e principalmente forneceram recursos simbólicos afetivos, como mencionado por Abdullah ao relatar a importância de ter sido recebido por um padre que falava em árabe. Este fato trouxe conforto e segurança ao refugiado, gerando um sentimento de pertencimento e representando apoio emocional.

Conforme mencionado por Burt (2001), duas estruturas de rede criam capital social: as redes fechadas (ou enclausuradas) e os “buracos estruturais”. Para o autor, a primeira pode gerar valor (capital social) através de elementos (atores) interconectados, e a segunda através da “intermediação” (brokers). No caso do refugiado Foad, ficou explícito a atuação de redes enclausuradas, bem como a atuação de brokers (Burt, 2001). Foad se converteu ao cristianismo ainda na Jordânia, antes de vir para o Brasil. Foi por meio de uma rede de contatos evangélica, representada pela ONG brasileira denominada MAIS (Missão em apoio a igreja sofredora) que Foad chegou ao Brasil. Ao chegar foi recebido pela Igreja Batista da Lagoinha que ofereceu apoio como moradia e alimentação e permitiu que Foad vendesse seus salgados árabes após o término das reuniões. Pode-se considerar a rede de Foad com a igreja como uma rede enclausurada (fechada). Neste tipo de rede os indivíduos que a compõem estão bem conectados e bem informados, havendo uma maior padronização entre esses indivíduos, resultando em maior coesão e eficiência. Esse representa o capital social do enclausuramento. Esse ambiente de rede permite o estabelecimento de “laços de confiança” com maior consistência e em um curto período de tempo.

Foad também contou com o apoio de uma advogada local, que soube de sua história e resolveu ajudar. Através desta advogada, o refugiado conheceu a família de Sr. Lorvandar, que o “adotou” como filho. Sr. Lorvandar ofereceu apoio emocional e se tornou seu mentor no processo empreendedor. Forneceu máquinas e equipamentos para o aumento da produção e estoque dos salgados, e o orientou em como expor seus produtos em feiras de culinária na região metropolitana de Belo Horizonte. Foi através da rede de contatos de Sr. Lorvandar que Foad conheceu seu sócio. Foad entrou na sociedade com o trabalho e a experiência em restaurante árabe adquirida quando era chefe de cozinha na Síria, e seu sócio entrou com o capital financeiro. A rede de Foad formada a partir do contato com a advogada, pode ser evidenciada como um buraco estrutural. De acordo com Burt (2001) os buracos estruturais são encontrados em redes pouco conectadas, e estes podem ter efeitos importantes sobre os fluxos dos diversos “bens” entre as redes, haja vista que neste tipo de rede fluem conteúdos como informações, bens, capital, influência, emoções, bem como outros recursos essenciais aos usuários das estruturas da rede e que promovem o empreendedorismo.

5 Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo analisar como redes étnicas apoiam e influenciam na criação de novos negócios. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratória com 24 imigrantes sírios, refugiados e solicitantes de refúgio nas cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Região metropolitana para promover a reflexão sobre as condições institucionais e de acolhimento do país na tomada de decisão para a criação de negócios étnicos e a relação

desses negócios com diferentes públicos. Os resultados apontam que as redes étnicas influenciaram e disponibilizaram variados tipos de recursos que contribuíram com o processo empreendedor dos refugiados, especialmente os localizados na região metropolitana de Belo Horizonte (Nazareno et al., 2018; Aldrich & Waldinger; 1990). No entanto, entre os refugiados localizados no Rio de Janeiro não foi possível identificar o estabelecimento de uma rede de apoio étnico bem estruturada, que estimule a criação e expansão de novos negócios e a identificação de oportunidades. Os resultados reforçaram a importância da atividade empreendedora de imigrantes na geração de renda, principalmente em negócios relacionados a sua cultura de origem. Um achado importante da pesquisa realizada com os refugiados no Rio de Janeiro, foi o apoio recebido da prefeitura que cadastrou e permitiu que os imigrantes pudessem vender os salgados em barracas situadas em diversos pontos da cidade. Por outro lado, o apoio recebido por ONGs e Igrejas, apareceu como muito importante no acolhimento, na regularização dos imigrantes perante os órgãos brasileiros e estes atores proporcionaram o acesso a recursos emocionais e materiais que foram essenciais no processo empreendedor, conforme já havia sido constatado no estudo de Diniz et al., (2019).

Os resultados confirmaram o modelo teórico utilizado na análise dos dados, em que as estruturas sociais (redes) étnicas e não étnicas, são detentoras de um volume significativo de capital social, e este permite aos membros da estrutura o acesso a diversos tipos de capital que promovem o processo empreendedor de refugiados. Como sugestão para pesquisas futuras sugerimos verificar se há relação entre algumas dimensões, como por exemplo, tempo na cidade e novas oportunidades de negócio, sugerimos também o aprofundamento de estudos sobre redes étnicas melhor estruturadas, a fim de verificar como elas atuam no processo empreendedor de imigrantes.

Referências

- Aldrich, H.E. & Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16(1), 111-135.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977).
- Bourdieu, P. (2002). The forms of capital. Biggart, N. (org). *Readings in economic sociology*. Malden-MA: Blackwell, 280-291.
- Burt, N., Cook, K.S. & Burt, R.S. (Eds.). (2001). *Social capital: Theory and research*. Transaction Publishers.
- Brasil. (2017). Refúgio em números. In. Ministério da Justiça e Segurança Pública. CONARE. Disponível em: << https://www.acnur.org/portugues/wp-content/uploads/2018/04/refugio-em-numeros_1104.pdf>> Acesso em: 21 de set. de 2019.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Creswell, J.W. (2013). Etapas na condução de um estudo de métodos mistos acadêmicos.
- Cruz, E. P., Falcao, R. P. Q., & Barreto, C. R. (2018). Exploring the evolution of ethnic entrepreneurship: the case of Brazilian immigrants in Florida. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(5), 971-993.
- Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.

-
- Diniz, G.C.S., Guimarães, L.O. & Fernandes, D.M. (2019). Empreendedorismo imigrante e étnico: o papel das redes sociais no processo empreendedor de imigrantes sírios no Brasil. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 14(2).
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Granovetter, M. (1998). A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233.
- Granovetter, M. (2005b). The impact of social structure on economic. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50.
- Granovetter, M. (2008). *Sociologie économique*. Paris: Seuil.
- Mizruchi, M.S. (2009). Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais.
- Nazareno, J., Zhou, M. & You, T. (2018). Global dynamics of immigrant entrepreneurship: Changing trends, ethnonational variations, and reconceptualizations. *International Journal*.
- Onu (2018) . Sete fatos sobre a guerra na Síria. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/sete-fatos-sobre-a-guerra-na-siria/> - Acesso em: 21 de set. de 2019.
- Portes, A. & Zhou, M. (1992). Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. *Ethnic and Racial Studies*, 15(4), 491-522.
- Portes, A. & Zhou, M. (2012). Transnationalism and development: Mexican and Chinese immigrant organizations in the United States. *Population and Development Review*, 38(2), 191-220.
- Peroni, C., Riillo, C.A., & Sarracino, F. (2016). Entrepreneurship and immigration: evidence from GEM Luxembourg. *Small Business Economics*, 46(4), 639-656.
- Shinnar, R.S., & Zamantılı Nayır, D. (2019). Immigrant Entrepreneurship in an Emerging Economy: The Case of Turkey. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 559-575.
- Vale, G.M.V., Corrêa, V.S. & dos Reis, R.F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311-327.
- Urban, B. (2011). Entrepreneurial networking differences: An ethnic in-group and out-group analysis. *SA Journal of Industrial Psychology*, 37(1), 01-14.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm network: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42, 35-67.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1999) *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University.
- Yin, R.K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. (2.ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: convergencies, controversies, and conceptual advancements. *International Migration Review*, 38(3), 1040-1074.

¹ “a Cáritas é um organismo da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Está organizada em uma rede com 183 entidades-membros, 12 regionais (...) e uma sede nacional. Atua em 450 municípios, sendo presença solidária junto às pessoas mais empobrecidas”. (<http://caritas.org.br/quem-somos-e-historico>)