

Empreendedorismo Feminino: Imigrantes Portuguesas em São Paulo

Maria Elisa de Almeida Mariz¹

Lucia Maria Machado Bógus²

Sei que há léguas a nos separar

Tanto mar, tanto mar

Sei também que é preciso, pá

Navegar, navegar....

(Tanto mar - Chico Buarque)

De navio ou avião, crianças ou adolescentes, sozinhas ou acompanhando os pais, elas chegaram à cidade de São Paulo entre as décadas de 1950 e 1980, alargando as estatísticas de imigrantes portugueses residentes na cidade. São Paulo nos anos de 1950 passou a ser o principal pólo de atração do país, devido às novas perspectivas de expansão econômica e industrial, particularmente durante o governo Juscelino Kubitschek. Naquele período de 1.085.287 estrangeiros residentes no país, 310.261 eram portugueses e, destes, 135.428 moravam em São Paulo (Matos, 2008).

O presente texto apresenta episódios da vida e das experiências de cinco mulheres portuguesas oriundas de diferentes regiões de Portugal que migraram para São Paulo e aqui se dedicaram às mais diversas profissões para em seguida

¹ Professora titular do Departamento de Gerenciais da UNINOVE-SP. Doutora em Ciências Sociais, Pesquisadora do Observatório das Metrôpoles São Paulo.

² Socióloga, professora titular do Departamento de Sociologia da PUC-SP. Doutora em Arquitetura e Urbanismo e Coordenadora do Observatório das Metrôpoles São Paulo.

empreenderem atividades como cantar fado e reger empresas no ramo de turismo e gastronomia portuguesas. Ao navegar no domínio das experiências migratórias de pessoas que motivadas por diferentes razões e emoções partiram de suas origens, rumo às terras de além-mar, movidas pelo espírito de aventura, mas, principalmente, pelo desejo de uma vida melhor, para fugir das dificuldades de sobrevivência em suas terras ou dos momentos de instabilidade política e social, intui-se a necessidade de construir novos conceitos de empreendedorismo porque o ato de emigrar e imigrar, já constitui, em si mesmo, ato de empreender. Para compreender as questões relacionadas às migrações é preciso ir além das motivações pessoais, familiares, psicológicas e entender as questões sociais, políticas, econômicas dos locais de origem e destino, nesse mundo globalizado; porque antes de ser imigrante, o sujeito é emigrante. (Maalouf, 1999: 50)

Para entender as circunstâncias de vida do outro, faz-se necessário ir além das buscas convencionais no terreno da pesquisa e lançar-se a outras perspectivas como o fez Angelo (2011) em seu trabalho sobre imigrantes Açorianos em São Paulo, em que buscou inspiração na tela de Tarsila do Amaral – Segunda Classe – para retratar a conjuntura do êxodo rural e das imigrações no Brasil na década de 30. Os traços de cores sombrias e expressões tristes emocionam e contagiam, pela melancolia dos rostos das famílias ali representadas, não obstante; a união, as mãos dadas, o aconchego de crianças no colo, alimentam um fio de esperança, por dias melhores, no futuro, no novo espaço de tempo e lugar, porque “no fundo, a razão primordial que move o emigrante para tornar-se imigrante é a necessidade de ganhar a vida”. (Vitorio, 2010: 103).

Neste trabalho além do relato das histórias de vida das portuguesas imigrantes pretende-se, conhecer, a partir das suas narrativas, um pouco das suas experiências vividas na cidade de São Paulo, como mulheres empreendedoras; com os aportes de capital social que detinham, utilizaram e construíram, considerando o acesso às redes sociais de apoio na chegada, no período de adaptação e na realização dos negócios. E,

tendo em conta que tais experiências foram todas exitosas, pretende-se conhecer e analisar os fatores que impulsionaram tais êxitos. Sendo assim o presente trabalho é composto da seguinte estrutura: apresentação das empreendedoras portuguesas com base nas informações obtidas nas entrevistas, um resumo das suas trajetórias de vida, a fundamentação teórica e as considerações finais.

As Empreendedoras

As entrevistas realizadas com as empreendedoras imigrantes portuguesas tiveram como principal objetivo conhecer, a partir das suas narrativas, um pouco das experiências vividas por elas na cidade de São Paulo enquanto empreendedoras; o aporte de capital social que elas detinham, como foi utilizado e também construído, e o acesso às redes sociais de apoio no momento da chegada, no período de adaptação e na realização dos negócios. Como base de apoio às entrevistas foi utilizado um roteiro, contendo perguntas abertas e abrangendo os seguintes tópicos: i) dados do perfil; ii) processo migratório; iii) percurso profissional; iv) caracterização do empreendedorismo; v) conciliação entre a vida profissional e familiar; vi) ligação com o local de origem; vii) acesso a redes de apoio, amizades e envolvimento com a cidade de São Paulo.

Para localizar as mulheres empreendedoras na cidade de São Paulo, contou-se com a ajuda e indicação da Secretária da Casa de Portugal de São Paulo, instituição com mais de 70 anos que tem como missão preservar os valores históricos e culturais dos portugueses em São Paulo. Essa indicação agilizou o processo, facilitou a aproximação e o agendamento das entrevistas que foram todas presenciais, realizadas nos domicílios comerciais, em atmosfera de muita cordialidade, amizade e emoção. A Tabela 1 apresenta, entre outros dados, aqueles referentes ao período em que ocorreu a migração e a respectiva idade das imigrantes (identificadas pelos primeiros nomes), na ocasião da

mudança. À exceção de Maria Isabel que chegou a São Paulo com 3 anos de idade, as demais mulheres ainda guardam na memória lembranças da viagem de navio, exceto Maria Sofia que fez a viagem de avião. Maria Isabel e Maria Sofia viajaram com os pais enquanto as demais vieram desacompanhadas; porém eles vieram depois, à exceção de Rosa, cujos pais e irmãos ainda residem no local de origem, na região de Barcelos.

Tabela 1

Dados das mulheres portuguesas entrevistadas								
Nome	Ano que migrou	Idade que migrou	Idade que iniciou o negócio	Ano que iniciou o negócio.	Idade atual	Nível Escol	Estado Civil	Nº. Filhos
Maria Isabel	1959	3	27	1984	54	Superior	Solteira	-
MariaGlória	1961	17	19	1963	67	4ª. cl.	Viúva	1
Tereza	1961	15	58	2004	65	4ª. cl.	Viúva	2
Rosa	1971	18	39	1992	58	Médio	divorc.	2
Maria Sofia	1976	9	35	2001	45	Superior	Casada	4

Fonte: Imigrantes Portuguesas entrevistadas

Percursos Profissionais

Nos anos cinquenta, ocorreu uma retomada do fluxo de imigrantes portugueses, particularmente depois da assinatura do Tratado de Amizade e Consulta (1953), que possibilitou a expansão das ações comerciais e financeiras entre os dois países (Matos, 2008). Uma das exigências do governo brasileiro para a entrada dos portugueses no país, à época, era a carta de chamada³ que deveria ser enviada por um parente em até terceiro grau. Em São Paulo, os portugueses constituíam um grupo socialmente diversificado; havia desde ricos industriais e comerciantes até humildes trabalhadores

³ Esse era o primeiro documento a providenciar. Na carta, o chamante, parente até terceiro grau, se responsabilizava não só pela vinda como também pela manutenção e apoio para encontrar emprego. Albino, Adriano. *Emigração (100 anos) Século XX: A diáspora dos portugueses*. São Paulo: CJE/ECA/USP, 1994.

domésticos. Nessa cidade há uma quantidade enorme de padarias bares e restaurantes de proprietários portugueses. Das cinco imigrantes entrevistadas, três são proprietárias de restaurantes e todas elas vivenciaram diferentes experiências profissionais antes de iniciarem o próprio negócio.

Maria Isabel, com 54 anos, bastante comunicativa, informa que chegou a São Paulo com 3 anos e aos 8 começou a trabalhar, em período integral, no bar do seu pai. Apesar desse gesto, o pai foi sempre um grande incentivador dos seus estudos. Prestou concurso para um órgão público e por gostar muito de turismo um dia largou tudo para trabalhar como recepcionista numa empresa desse segmento. Com pouco tempo de empresa já havia trabalhado em diversas áreas o que lhe possibilitou aprender um pouco sobre cada uma delas. Em 1984, com dois parentes, abriu uma agência de turismo. Os parentes entraram com o capital e ela com o conhecimento. Após alguns anos, com uma amiga, também portuguesa, comprou a parte deles e continuam com a empresa até hoje.

Maria Glória, 67 anos, com uma aparente calma no jeito de falar, relata que migrou aos 17 anos e foi trabalhar como doméstica em casa de família. Após dois anos da sua chegada, incentivada pela irmã mais velha que já morava em São Paulo e foi a responsável pela sua vinda, participou e ganhou um concurso de cantora de música portuguesa, na TV Tupi⁴. Esse evento mudou a sua vida e a partir dele passou a viver com e pela música, o que justificou termos considerado o início da sua atividade empreendedora no ano de 1963, dois anos após a sua chegada a São Paulo. Revela que jamais imaginou ser cantora, mas com o incentivo da irmã, “descobriu esse talento e essa satisfação que abraçou por toda a vida”. Por vários anos foi produtora, dirigiu shows em São Paulo, Rio de Janeiro e viajou por muitas capitais do Brasil. Em 1997, com mais dois sócios (amigos) abriu um restaurante de cozinha portuguesa, mas vendeu

⁴ Primeira emissora de televisão do Brasil e América do Sul.

após 7 anos, por dificuldades de conciliar a gestão do negócio com a música. Atualmente, dedica-se totalmente à música, trabalha/canta/empreende todos os finais de semana.

Tereza, 65 anos, muito sorridente e com muito entusiasmo relata que iniciou a vida em São Paulo aos 15 anos trabalhando como doméstica. Casou aos 17 e durante o período dedicado ao casal de filhos, desenvolveu trabalhos voluntários em várias associações da comunidade portuguesa, organizando chás beneficentes e jantares. Aprendeu pintura a óleo para dar aulas aos idosos portugueses no Clube Trasmontano, atividade que exerce, uma vez por semana, há mais de 40 anos. Não quis fazer carreira como artista plástica, mas participou de exposições em vários países. Em 2004 comprou um restaurante de comida portuguesa com mais dois sócios.

Rosa, 58 anos, um jeito seguro de falar conta que aos 18 anos assumiu um emprego no Mappin⁵ e considera que foi uma grande escola para quem até então só havia trabalhado na roça, embora já tivesse estudado até o ensino médio. Em seguida trabalhou como gerente de uma loja de roupas jovens por alguns anos. A empresa fechou e com a indenização abriu um restaurante tipo *self service* em sociedade com uma tia, mas o seu grande sonho era abrir um restaurante de comida portuguesa e assim o fez em 1992. Começou do ponto zero, desde a busca do ponto até a identidade e construção do negócio que mantém até hoje.

Maria Sofia, 44 anos, a mais nova das entrevistadas, nasceu em uma família de classe média em Lisboa, migrou para São Paulo em 1976. O pai temia pela instabilidade social, política e militar do pós-revolução (5 de Abril de 1974). Tinha na ocasião 9 anos. Na adolescência, conciliou os estudos com o trabalho, na tecelagem do seu pai. Durante a faculdade de Comunicação trabalhou numa agência de propaganda até que em 2001,

⁵ Tradicional loja de Departamento que funcionou no centro da cidade de São Paulo durante 86 anos no século XX.

ficou desempregada. Por incentivo do irmão, decidiu abrir um restaurante de comida portuguesa, em sociedade com ele, mas antes, viajou para Portugal e lá estagiou por três meses em restaurantes de familiares e de amigos. Ao voltar o irmão já encontrara o ponto e iniciaram as atividades. Hoje já são proprietários de uma segunda casa e pretendem abrir uma terceira, todas na cidade de São Paulo.

A história dessas cinco mulheres não apresenta nenhum indício de genialidade ou descoberta de um novo mercado, contudo denota que elas tinham uma determinação para ter um negócio próprio que, nesse particular, as diferencia das mulheres portuguesas e/ou brasileiras. Outro aspecto marcante é a influência das suas raízes nas escolhas do tipo de negócio. Assim os restaurantes são de cozinha portuguesa, a agência de turismo tem foco em viagens a Portugal e a cantora é especializada em fado – um gênero clássico da música portuguesa. O contato com as raízes se mantém no dia a dia por meio do trabalho, através das relações entre familiares e amigos residentes em São Paulo ou mesmo em vilas e cidades do seu país de origem. Conforme os depoimentos das imigrantes essas relações de afeto servem de combustível em suas lutas diárias e os laços de amizade fortalecem a vontade de crescer e de fazer com que seus negócios progridam.

Empreendedorismo, Redes Sociais e Capital Social: Considerações Teóricas

Em sua narrativa sobre uma família de imigrantes do Oriente Médio que mudou para o bairro da Mooca na cidade de São Paulo, nos anos cinquenta, Mizrahi (2008) enfatiza o esforço, a tenacidade e a vontade de progredir como características comuns ao imigrante, elementos esses que possibilitaram, para muitos, a formação de grandes fortunas. Vivendo em comunidades esses imigrantes se fortaleciam pelo apoio das famílias e dos amigos, formavam associações destinadas ao convívio social, faziam

parcerias em negócios, construíam sinagogas, compartilharam arte, religião e a vontade de vencer. A intensa urbanização de São Paulo na primeira metade do século XX decorrente da expansão industrial, abriu grandes perspectivas para atividades comerciais e possibilitou aos imigrantes do Oriente Médio posicionar-se na cidade intermediando produtos como: guarda-chuvas, tapetes, malas, tecidos, entre outros, com vendas à prestação, de porta em porta e graças às condições favoráveis da economia, logo se instalaram em lojas de bens de consumo, no comércio varejista e atacadista. Além de empresários esses imigrantes ocuparam e ainda ocupam posições de destaque nas ciências, artes e indústrias em geral. (Mizrahi, 2008) A história desses imigrantes e de tantos outros, confirma a hipótese Shumpetiana da ousadia e da coragem do empresário em provocar mudanças nos mercados por meio de inovações financeiras ou tecnológicas a seguir discutidas.

Para os clássicos da economia o empreendedor é, por excelência, o agente detentor dos mecanismos de mudança com capacidade de explorar novos nichos de oportunidades pela combinação de distintos recursos ou por diferentes combinações de um mesmo recurso. Schumpeter (1961) define o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Cole (1942) um dos mais antigos pesquisadores sobre o assunto, após Schumpeter, definiu o empreendedorismo como a atividade intencional de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos associados, com capacidade de criar, manter e fazer crescer uma empresa lucrativa na produção de bens e serviços.

Drucker (2005) reforça que ser empreendedor é ser proativo capaz de identificar oportunidades de negócios ainda não exploradas e necessidades humanas ainda latentes. “O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade” (2005: 36). Para esses pensadores existe uma forte

associação entre o empreendedorismo ou o ato de empreender com a inovação de um bem ou produto, com a empresa lucrativa, ou com a descoberta de necessidades humanas latentes, mas também ao fato, como lembrado por Cole (1942), do ato de empreender ser uma atividade conjunta, em grupo, não apenas individual e que pode ser aprendida, ensinada, desenvolvida ao longo da trajetória de vida, pois não se nasce empreendedor.

O mundo moderno impõe ao ser humano, a necessidade de aprendizagem de forma contínua. Uma sociedade em que os indivíduos respondem proativamente a essas demandas assumindo a responsabilidade pelo seu aprendizado constante e seu autodesenvolvimento tende a se transformar em uma sociedade empreendedora, que é capaz de sonhar, planejar e transformar os sonhos em realidade. “O surgimento da economia empreendedora é um evento tanto cultural e psicológico, quanto econômico ou tecnológico” (Drucker, 2005: 20) e independentemente das suas causas, os seus efeitos estarão acima de todos os de ordem econômica. Por conseguinte as tecnologias modernas de administração possibilitaram essa mudança na sociedade, como sejam: a inovação sistemática e a busca e aproveitamento de novos horizontes para satisfazer as carências humanas. Quanto mais os indivíduos avançarem em seus estudos, mais empreendedoras serão suas trajetórias e mais exigentes os seus desafios para o aprendizado. Dessa forma é melhor que se preparem para mudanças constantes nas suas tarefas e funções, no mundo do trabalho, porque ao longo do tempo as suas carreiras poderão mudar para atender às demandas das empresas ou dos próprios projetos. Embora o termo ‘empreendedorismo’ tenha uma forte relação com a esfera econômica, o empreender diz respeito a todas as atividades humanas .

O empreendedorismo está mudando como um conceito, não só por causa de seu amplo conteúdo social, mas também porque cada vez mais é o resultado de um esforço coletivo e não apenas individual. (Arzeni, 1997) Hoje, mais frequentemente que no

passado, a nova empresa média na Europa e nos Estados Unidos é criada por uma equipe e não mais por um único indivíduo e a atividade em equipe é provavelmente uma das características mais comuns nas novas tendências de empreendedorismo, encontradas entre as mulheres, jovens e outros grupos minoritários. No campo das várias proposições teóricas, Vale (2008) considera que existe grande sintonia entre os pressupostos inerentes à abordagem das redes (comunidades coesas e interconectadas) e a abordagem do empreendedor como agente capaz de identificar oportunidades, dado que o empreendedor aí atua conectando recursos dispersos, mas conhecidos, presentes em diferentes redes ou grupos sociais, lançando mão, para isso, de conexões e contatos privilegiados. Dessa forma vai ocupando e preenchendo espaços até então vazios no mercado com novas formas de bens e serviços e, neste particular, o setor de prestação de serviços desponta como um nicho de infinitas possibilidades.

O empreendedorismo é uma competência multidisciplinar que pode ser ensinada nas escolas, nas empresas, nas famílias por meio das trocas e partilha de conhecimentos e experiências. Entretanto, promover o empreendedorismo não é uma tarefa fácil: suas características determinantes - tais como a capacidade para identificar e aproveitar oportunidades ou para construir confiança, redes e projetos - são intangíveis e nem sempre compreendidas, traduzidas e assimiladas, de maneira fácil e rápida. No entanto, cada vez mais, as empresas e os empregos do futuro serão baseados em redes flexíveis, interconectadas por meio de mecanismos de lealdade e de confiança - capital social - características do empreendedorismo. Cada vez mais os empregos e as empresas dependerão da capacidade dos indivíduos para estabelecer conexões em redes de confiança e por meio delas realizar objetivos e obter resultados.

O empreendedor é o agente capaz de conectar grupos sociais distintos, compostos por diferentes atores - como produtores, vendedores e compradores (Granovetter, 1973), aproximando indivíduos diferentes, de mundos distantes do seu próprio, permitindo

maior circulação e difusão de diferentes tipos de informações relevantes no mundo dos negócios. Esse agente pode estar representado por uma empresa formalmente constituída ou por uma única pessoa, pois pessoas empreendedoras são todos os empregadores de pequenas a grandes empresas e os trabalhadores por conta própria, independentes, que trabalham em autoemprego (Malheiros Padilla, 2010). Como exemplo de pequenos negócios e negócios individuais há uma pesquisa de Weinberg (2007) realizada com mulheres judias que migraram para São Paulo entre 1945 e 1956, vindas da Europa, Oriente Médio e África do Norte e, nesta cidade, desenvolveram pequenos negócios em oficinas de costura, venda de roupas em repartições públicas, importação de tapetes, fabricação de doces, chocolates, almoços para viagem, entre outros. Quando indagadas sobre os motivos para empreender, elas declaram que fora a necessidade de aumentar a renda familiar e de melhorar a educação dos filhos. Declaram também que numa situação de necessidade premente e de luta pela sobrevivência, o fato de serem imigrantes lhes dava certa liberdade de escolha, de ousadia e ao mesmo tempo abria espaço para novas amizades e contatos.

Para além dos inúmeros conceitos sobre empreendedor/empreendedorismo aqui abordados e para efeito deste estudo, considera-se empreendedora a mulher, imigrante portuguesa, que sonha, age, edifica, aprende com os próprios erros, trabalha individualmente, em grupo e em redes, monta um negócio e tem capacidade gestora de viabilizá-lo com resultados positivos.

As Redes Sociais: Importância e Alcance

No mundo dos negócios é muito comum um amigo tornar-se um parceiro comercial, contrariando a máxima popular - “Amigos, amigos, negócios à parte” – sustentadora de que amizade e negócio não se misturam. Por conseguinte, relações

comerciais maduras podem ensejar o nascimento de confiança, de aproximação e amizade. Nesse sentido, Vale (2010) afirma que o conceito de um mercado anônimo, presente no modelo econômico neoclássico, já não persiste na atual vida econômica. Essa dupla possibilidade de cultivar boas e duradoras amizades enseja a fundamentação da visão sobre a construção social do mercado, um dos pilares da moderna sociologia econômica, segundo a autora.

Como na música de Jobim que afirma que “É impossível ser feliz sozinho” e por transposição ao Tom poético - é impossível ser empreendedor sozinho. O homem é um ser gregário e as pessoas estão inseridas na sociedade por meio das relações que desenvolvem ao longo da vida, as redes (*network*), primeiro no âmbito familiar, em seguida na escola, na comunidade e nas organizações em que trabalham. Entre os inúmeros significados que ‘as redes’ vem adquirindo Marteleto (2001) as compara a um sistema de elos, de nodos, uma estrutura sem fronteiras, uma comunidade não geográfica de onde se origina o conceito de rede social. A rede social, por sua vez, passa a representar um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados. Por sua vez Tomaél (2005) enfatiza que nas redes sociais, cada indivíduo tem sua função e identidade cultural. A relação de cada indivíduo com outros vai formando um todo coeso que representa a rede e elas são sempre lembradas como canais privilegiados de transferência de recursos, sejam materiais ou imateriais capazes de dotar seus detentores de condições diferenciadas. (Wasserman e Faust, 1999).

Para além dos múltiplos significados que o capital social apresenta, no presente texto ele será discutido como alicerce à promoção do empreendedorismo à medida que as estruturas sociais, nele existentes, constituem recursos que podem ser disponibilizados aos atores na realização de seus interesses e objetivos, seja em empreendimentos de pequena empresa, empresas individuais ou autoemprego. A

origem do interesse no conceito de capital social, pela Sociologia, pode ser traçada a partir da importância das relações sociais em Weber e, mais recentemente nas ideias e conceitos de Bourdieu (1986), Coleman (1990), Porter (1996), entre outros. Assim, para Max Weber as relações sociais têm sua origem nas ações sociais que ocorrem reciprocamente entre indivíduos e instituições podendo ser classificadas em: 'comunitárias' quando e na medida em que a atitude na ação social repousa no investimento subjetivo dos participantes de pertencer (afetiva ou tradicionalmente ao mesmo grupo), ou 'associativas' quando e na medida em que a atitude na ação social repousa num ajuste ou numa união de interesses racionalmente motivados com referência a valores ou fins. (Weber :1994: 25-27)

Os participantes de uma relação social, por sua vez, vislumbram nela oportunidades para a satisfação dos seus interesses "seja com vistas ao fim ou ao resultado, seja através da ação solidária ou em virtude do equilíbrio de interesses compatíveis". Assim visualiza-se em Weber a importância das relações sociais formadas a partir de laços familiares, da afetividade e de interesses comuns de seus membros com o fim de atingir resultados positivos. Outras reflexões sobre a importância do capital social podem ser encontradas no trabalho de Bourdieu, que na segunda metade do século XX produziu uma série de estudos caracterizando a cultura como um fenômeno dinâmico e criativo, mas também estruturado. O capital social tem como base o capital cultural e como 'morada' o capital econômico, para onde retornam as prováveis acumulações. Assim, o capital social representa:

"...o conjunto de recursos reais ou potenciais que estão vinculados à posse de uma rede durável de relações, mais ou menos institucionalizadas, de reconhecimento e pertencimento mútuos – ou em outras palavras, de membro de um grupo – que fornece a cada um dos

membros o capital coletivamente possuído, uma credencial que os tornam aptos ao crédito, nos vários sentidos da palavra". (Bourdieu 1986: 248)

Nessa perspectiva o capital social compreende o volume de capital econômico, (imediate e diretamente conversível em dinheiro, e o cultural ou simbólico (também conversível em dinheiro sob certas condições). Para o autor o volume de capital social de um indivíduo depende do tamanho da rede de conexões que este efetivamente mobiliza e do capital (econômico, cultural ou simbólico) detido por cada um dos indivíduos a que o primeiro estiver conectado. Nesse âmbito, a existência desta rede de conexões não é formada naturalmente nem é um dado social, mas sim o produto de um esforço sem fim, ou seja, tal rede de relações é produto de estratégias de investimento, individual ou coletivo, consciente ou inconsciente, cujo objetivo é estabelecer ou reproduzir relações sociais que sejam diretamente utilizáveis em curto ou em longo prazo, capazes de transformar relações contingentes, como de vizinhança, do ambiente de trabalho ou até de familiares, em relações que sejam necessárias e eletivas implicando obrigações duráveis subjetivamente sentidas (sentimentos de gratidão, respeito, amizade) ou institucionalmente garantidas (direitos).

O capital social constitui um estoque de relações diferentes para cada indivíduo. Ele pode suscitar o entusiasmo diante da ação a realizar e contribuir de forma exitosa para os desafios dos indivíduos, membros dessas relações. Um escopo conceitual mais alargado surge em Coleman (1990) que define o capital social como o valor que certos aspectos da estrutura social representa para os atores em forma de recursos que eles podem utilizar para realizarem seus interesses e objetivos. Coleman (1990) destaca três tipos de capital: o físico (ferramentas, máquinas e outros equipamentos); o humano (habilidades e competências) e o social (nascido das mudanças e teias das relações

peçoais). Os três tipos de capital facilitam a ação produtiva, sendo o capital físico o mais tangível e o capital social o menos tangível dos três. Destaca ainda os efeitos do capital social na criação do capital humano, tanto no meio familiar quanto fora dele. No meio familiar, a bagagem deste seria analiticamente separada em três componentes: capital financeiro (medido pela renda da família), capital humano (medido pelo nível educacional dos pais e sua influência na educação dos filhos) e capital social (medido pelas relações entre pais e filhos, mas dependendo da presença física dos adultos na família e da atenção dada pelos adultos aos filhos). Já o capital social extra-familiar é encontrado na comunidade, isto é, nas relações sociais entre os pais e entre estes e as instituições da comunidade. Desta forma, “o capital social é um importante recurso para os indivíduos e pode afetar largamente suas habilidades para agir e suas qualidades de vida percebidas, tendo, tais indivíduos, a capacidade de fazer nascer tal capital”. Coleman (1990: 317).

Vários fatores podem afetar a criação ou a destruição de capital social. A estabilidade da estrutura social favorece e dá sustentação à formação do capital social protegendo-o de possíveis instabilidades dos indivíduos; a ideologia favorece a criação do capital social ao estimular nos indivíduos atos de interesse do grupo, mas também pode afetar negativamente com a fantasia da autosuficiência, pois, no entendimento de Coleman, quanto mais as pessoas buscam auxílio nos outros, mais capital social é gerado e quando essa prática é interrompida por auxílios governamentais ou outros fatores que impeçam a ajuda mútua entre as pessoas, gera-se menos capital social. Como qualquer forma de capital....

“o capital social deprecia com o tempo. Assim como o capital humano e o capital físico, o capital social deprecia se não for renovado. As relações sociais morrem caso não sejam mantidas, expectativas e obrigações

murcham com o tempo; e normas dependem de comunicação regular”.
(Coleman,1990: 321)

Como atributo da estrutura social em que a pessoa está inserida, o capital social não é propriedade privada de quaisquer das pessoas que dele se beneficiam, ao contrário, existe quando é compartilhado. Por meio do capital social os atores podem obter acesso direto aos recursos econômicos, podem aumentar seus capitais culturais mediante contato com peritos ou indivíduos refinados, ou, alternativamente, podem afiliar-se a instituições que lhes oferecem credenciais válidas para obtenção de diferentes recursos, como bem lembra Alejandro Portes. Para ele, capital social são os recursos (informações, ideias, apoios) que os indivíduos buscam e esperam encontrar nas suas relações com outras pessoas, “apresentando-se como a habilidade dos atores em assegurar benefícios em virtude da condição de membro de redes sociais ou de outras estruturas sociais ” (Portes, 1998: 6).

No âmbito dos conceitos mencionados, tem-se que o capital social incorpora o conjunto de normas sociais e redes de cooperação alicerçadas em confiança, solidariedade, práticas culturais e sociais que dão qualidade, intensidade e perenidade às relações interpessoais em uma sociedade. Para além do aspecto confiança como um componente intrínseco ao capital social, D’Araújo (2003) realça a sua relevância como um instrumento conceitual e prático na consolidação de políticas públicas para o desenvolvimento sustentável e para a revitalização da sociedade civil no sentido de aumentar o nível de confiança entre as pessoas e estimular maior participação em questões que envolvam a comunidade. Argumenta ainda que

“a confiança é a expectativa de reciprocidade que pessoas de uma comunidade, baseada em normas partilhadas, têm acerca do

comportamento do outro. Quem sente e sabe que pode confiar, recebe mais colaboração e aproveita melhor as oportunidades que aparecem. Por isso, poder confiar nos outros é um importante fator de desenvolvimento econômico”. (D’Araújo, 2003: 33)

Quanto maior a confiança entre os indivíduos, mais as instituições públicas se fortalecem, viabilizando a democracia e o desenvolvimento econômico. Seguindo essa linha de raciocínio, Pacífico (2010) enfatiza que, quando o ser humano sente que pode confiar no seu próximo, recebe mais colaborações e pode aproveitar com mais rapidez as oportunidades que surgem a sua volta porque a economia está cada vez mais envolvida com a cultura, com os valores e com a maneira como a sociedade se relaciona. Quanto maior a confiança entre as pessoas, maior a chance de haver o desenvolvimento econômico. O capital social é bom para a economia e, portanto, bom para a sociedade, porque as sociedades fortes em capital social geram sentimentos de igualdade, de justiça e de bem comum e também mais riquezas. D’Araújo (2003). Seguindo essa linha de raciocínio Franco (2001) lembra que para haver prosperidade econômica é necessário que os indivíduos, separados ou em grupo, consigam realizar empreendimentos, sendo indispensável, para tanto, a presença de conhecimentos básicos sobre a atividade a ser realizada e as redes sociais ou o capital social funcionam como motores que impulsionam favoravelmente essas atitudes. A esses aspectos deve-se acrescentar as influências advindas da cultura de uma sociedade que podem ajudar ou atrapalhar o seu desenvolvimento. Dada a amplitude do termo, vale retomar as ideias de Harrison (1985) que define cultura como os valores e atitudes que uma sociedade imprime em seu povo por meio de vários mecanismos socializantes como o lar, a escola, a igreja sendo transmitida pela família, pares, meios de comunicação, governo, escolas, entre outros. A cultura de uma sociedade não é o produto deliberado de um projeto prévia e

planejadamente construído. A cultura é dinâmica e fruto das relações humanas, “é uma esfera humana de geração espontânea, ou seja, é produto de convivências, coincidências, crenças e valores que vão sendo construídos por um grupo ou sociedade, em sua vida comum, em seus medos, necessidades e desejos” (D’Araújo, 2003: 21). Zhou & Bankston III analisando a cultura do imigrante, afirmam que a cultura deste é definida como um estilo de vida, em que se incluem o idioma, ideais, crenças valores e padrões de comportamento que ele traz consigo quando chega ao seu novo destino. Esses atributos se repetem e servem de guias aos imigrantes sem que haja uma explicação para as suas escolhas e os seus comportamentos.

Para efeito desse estudo, importa avaliar o como e o quanto o capital social das mulheres imigrantes portuguesas entrevistadas contribuiu para suas experiências pessoais e profissionais na cidade de São Paulo. Importa saber até que ponto o capital social que detinham em seu local de origem afetou positivamente, ou não, as suas atividades nesta cidade.

Elas por Elas

O que elas disseram sobre: a cidade de São Paulo, o segredo para vencer, a satisfação com o trabalho e os negócios.

Maria Isabel

“São Paulo é uma terra com ímã, com energia para o trabalho, uma terra que não discrimina ninguém e isso enche o olho do imigrante. Em Portugal se dizia que no Brasil, fica-se embaixo de uma árvore e cai dinheiro; mas o que realmente impulsionou o meu negócio foi a

perseverança; o que me dá satisfação é a amizade e o 'feedback' que recebo dos clientes..."

Maria Glória

"... São Paulo é uma cidade onde tudo é possível. A condição de imigrante me encorajou a seguir em frente. Quando se é imigrante, não se tem muito com quem contar e há um compromisso de vencer; minha satisfação é cantar, cantar e cantar."

Tereza

".... É uma cidade que funciona 24 horas e tem tudo de que se precisa; para vencer na vida é preciso humor e paciência; para mim, satisfação é poder conciliar a gestão do negócio, o meu trabalho no banco, o trabalho voluntário e a vida pessoal..."

Rosa

"São Paulo me deu raízes, tem um clima bom e tem muita fartura; o sucesso do meu negócio vem da disciplina; amizade com os clientes."

Maria Sofia

"São Paulo lembra trabalho, oferece oportunidades, representa a força de todas essas pessoas que vêm de fora; quem sai do seu lugar dá o sangue para construir algo no novo local, vem para dar certo!"

Sonhar e Empreender

*...mas é preciso ter manha
é preciso ter graça
é preciso ter sonho sempre
quem traz na pele essa marca
possui a estranha mania
de ter fé na vida...*

Os relatos acima apontam casos exitosos de empreendedorismo, com negócios consolidados, que transpuseram o período crítico da fase de implantação, os primeiros 5 anos de existência, em que 58% das empresas de pequeno porte fecham as portas, na cidade de São Paulo⁶. A par desses fatos, o que explica o êxito? Quais as razões para o negócio ter prosperado? A atividade em si? O talento da empreendedora? Seriam essas mulheres pessoas visionárias, vencedoras, dotadas de um talento especial (Cunningham e Lischeron (1991)? Quais as motivações para elas empreenderem? Em pesquisa sobre empreendedorismo de minorias (mulheres brancas e negras), no estado de Nova York, Smith & Boyd (2004) relatam que o principal motivo para essas mulheres terem o seu próprio negócio advém das grandes desvantagens oferecidas pelo mercado. Outros motivos estão associados à possibilidade de ganhar mais no próprio negócio, gerenciar melhor o tempo, entre outros.

No que se refere às motivações das entrevistadas para terem o próprio negócio, há vários pontos de convergência como o desejo de autonomia, maior flexibilidade de horário, mesmo trabalhando mais do que na condição de empregadas, fazer algo de que gostem e que lhes dê satisfação, ainda que para isso tenham que estudar e aprender sobre a atividade e sobre a gestão do negócio em si. De fato, como já mencionado neste estudo, citando Cole (1942), ninguém nasce empreendedor, aprende-se ao longo da

⁶ Conforme estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em 2010, publicado na *Época Negócios*, sob o título: Capacitação faz taxa de mortalidade de pequenas empresas diminuir.

vida, com a família, nas escolas e nas redes sociais. Na história dessas empreendedoras, a cultura teve um papel importante em suas escolhas pelos tipos de negócio. Como se pode notar na Tabela 2, as atividades exercidas pelas entrevistadas: donas de restaurantes, agência de turismo e cantora de fado, estão ligadas às raízes lusas, como um modo de preservar os costumes, as tradições e manter vivos os laços emocionais e culturais. Maria Isabel viaja, no mínimo, uma vez por ano a Portugal para descobrir e conhecer novos pontos turísticos porque a sua especialidade é “vender os encantos da sua terra”.

Tabela 2

Atividades exercidas pelas portuguesas entrevistadas				
Nome (*)	Local de Origem	Bairro em que reside	Tipo de Atividade	Atividade (anos)
M.Isabel	Vila Real – Trás-os-Montes	Higienópolis	Ag. de turismo (1)	27
M.Glória	Sendim - Miranda do Douro	Moema	Fadista	48
Tereza	Sendim – Miranda do Douro	Vila Mascote	Restaurante (2)	7
Rosa	Gilmonde - Barcelos	Vila Mariana	Restaurante (2)	19
MaSofia	Lisboa	Vila Madalena	Restaurante (2)	10

(1) Especializada em viagens para Portugal
(2) Cozinha portuguesa

Fonte: Imigrantes Portuguesas (entrevistadas)

Quanto ao tipo de empreendedorismo há quem defenda a existência de duas modalidades: empreendedorismo por necessidade e por oportunidade (Brito e Wever, 2004). Os empreendedores por oportunidade enxergam a falta de um produto ou serviço no mercado e as novas tendências como negócios a serem explorados, enquanto que os empreendedores por necessidade têm por objetivo a sobrevivência, suprir a perda do emprego ou complementar a renda. Nos casos em questão, pode-se dizer que se trata de empreendedorismo por necessidade e sobrevivência, contudo, foram negócios planejados, estudados e construídos passo a passo, com muito empenho,

dedicação, alguns com recursos próprios, outros com ajuda de parentes e sócios o que foi fundamental, já que nenhuma delas recorreu a bancos. Este dado aponta para a importância dos laços de parentesco e de amizade. Eles garantem, como parte das estratégias das redes sociais, que o apoio financeiro consolide as relações e amplie as redes de solidariedade entre os membros da comunidade.

Estudos sobre empreendedorismo feitos pelo canadense Louis Jacques Filion⁷, dão conta que a mulher tem se sobressaído em atividades de liderança pela sua alta capacidade de relacionamento interpessoal. Ressaltam ainda algumas características femininas, reveladas na gestão dos pequenos negócios: elas são boas planejadoras, apresentam estabilidade emocional para lidar com as instabilidades do mercado, progredem lentamente e revelam, também, uma maior integração entre as dimensões família e empresa.

Entrevistando as imigrantes empreendedoras pode-se notar a preocupação, em todas elas, com a preservação das raízes portuguesas, inclusive por meio de seus negócios. No âmbito coletivo da comunidade, as associações recreativas e culturais procuram manter as tradições portuguesas por meio das festas, eventos cívicos, religiosos e até mesmo folclóricos. Em termos individuais, a casa e a família são o locus de preservação das memórias, da cultura e das tradições. Em muitos casos preserva-se o tratamento na segunda pessoa do singular (com o uso do tu) na linguagem utilizada entre pais e filhos, à moda do idioma falado em Portugal, mesmo após muitos anos de residência no Brasil. A casa é o lugar da memória, por excelência. Ali se preservam os símbolos e os signos que remetem à cultura e às tradições portuguesas, com a presença de imagens e a devoção a Nossa Senhora de Fátima, o São José de azulejo próximo à porta de entrada e as roseiras cultivadas no jardim ou em vasos no interior da casa. Mas

⁷ Especialista canadense coordenador de pesquisas sobre empreendedorismo feminino cujos resultados estão divulgados no Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2010.

o local de trabalho e as formas de desempenho da própria atividade profissional também podem e, na realidade, preenchem muito frequentemente este mesmo papel. Aí também se manifestam os meios de demonstrar e reafirmar a “identidade portuguesa” que, guardando certa ambiguidade, funde-se à “identidade brasileira”, adquirida e moldada ao longo da vida no país de destino. É principalmente na geração que, como no caso destas mulheres, nasceu e passou a infância em Portugal, mas cresceu e tornou-se adulta no Brasil, que o processo de construção da identidade incorpora as raízes lusas e brasileiras quase com igual intensidade, gerando uma “identidade luso-brasileira”(Lang, B.; Souza Campos e C. e Demartini, Z, 2001). Identidade construída com base nos desafios e nas inúmeras conquistas destas imigrantes.

Considerações Finais

O caminho analítico e interpretativo percorrido a partir das entrevistas realizadas permite afirmar que o capital social é um recurso de extrema relevância ao empreendedorismo e tem sido um forte aliado no desempenho dos empreendimentos das imigrantes portuguesas. Elas souberam, com maestria, utilizar o apoio das redes no âmbito familiar e de amigos, sobretudo membros da comunidade portuguesa, a fim de suprir necessidades de recursos financeiros (M.Isabel, Tereza e Rosa), conhecimentos técnicos (Maria Sofia) e como incentivo para dar vazão ao próprio talento, como no caso de Maria Glória, que se descobriu cantora de Fado, após ganhar um concurso, cuja inscrição foi feita pela irmã. Os apoios, informações e conhecimentos obtidos pelas imigrantes portuguesas nas redes sociais e a partir delas, com objetivos claros e definidos são, sem dúvida alguma, um tipo importante de capital social.

Maria Isabel se dedica há mais de 20 anos a um programa de rádio voltado à comunidade portuguesa, além de participar de um rancho folclórico (danças e canções

portuguesas) com um grupo formado por jovens e adultos no Santuário de Nossa Senhora de Fátima, onde ocorrem reuniões e ensaios semanais, com apresentações em diferentes lugares, incluindo Portugal. Tal atitude revela a dedicação, o esforço e a perseverança em manter ativa uma rede de conexões motivadas por valores culturais e artísticos, por sentimentos religiosos e patrióticos e finalmente por muita coragem e disposição, características empreendedoras, comuns nas portuguesas entrevistadas.

Tereza participa dos conselhos de administração de quatro associações da comunidade lusa na cidade de São Paulo e, como tal, tem uma agenda intensa de reuniões e eventos. Essa característica associada a outras competências ensejou o convite recebido por ela de um banco português em São Paulo, para trabalhar como gerente de relacionamento junto aos membros da comunidade portuguesa. Exerce esse cargo há mais de 7 anos e iniciou essas atividades aos 58 anos de idade, período em que também comprou o seu restaurante. Com flexibilidade e autonomia nos horários e com a ajuda das tecnologias de comunicação consegue atender a todas as demandas de sua agenda e considera-se uma mulher realizada.

Segundo as narrativas e, à exceção de Maria Sofia, filha de família de classe média em Lisboa, as demais imigrantes tinham com as suas famílias, uma vida simples, de muito trabalho e nenhum conforto, de dificuldades financeiras e escassez de bens. Ressaltaram, de forma invariável, que foram os valores: disciplina, dedicação e perseverança que viram nos pais, avós, tios, entre outros, que nortearam as suas condutas, os seus comportamentos e os seus percursos. Se lhes faltou no momento inicial o capital financeiro, o apoio encontrado no seio da família foi abundante e frutificou a ponto de servir de guia para suas estratégias no sentido de utilizar, preservar e construir tal capital em suas trajetórias empreendedoras.

O capital social como qualquer outro capital deprecia com o tempo, precisa ser cuidado, alimentado de práticas culturais e sociais, lastreadas em cumplicidade,

solidariedade e confiança, que dão qualidade, intensidade e perenidade às relações interpessoais nas redes familiares, sociais e também profissionais. Como já discutido neste texto, a confiança é um componente intrínseco ao capital social e este, a despeito de sua intangibilidade e invisibilidade, constitui um dos pilares do empreendedorismo e um ingrediente essencial ao empreendedor e, neste caso, às imigrantes portuguesas empreendedoras, entrevistadas neste trabalho. Finalmente, com base nas teorias aqui discutidas; nas pesquisas com outros imigrantes que mudaram para São Paulo e aqui desenvolveram, com êxito, os mais diferentes negócios e, nos depoimentos das imigrantes portuguesas que mantêm por até quatro décadas seus empreendimentos, concluímos que a condição de 'imigrante' para as mulheres deste estudo representou a liberdade para voos mais altos, com a responsabilidade e a coragem de fazer o negócio funcionar bem, pois nas palavras de muitas delas: quem sai da sua terra natal dá o sangue para construir algo que dê certo no novo lugar, cidade, País.

Referências Bibliográficas

Adler, P.S; Kwon, S.W. *Social Capital: prospect for a new concept*. Academy of Management Review, v.27, n.1, pp. 17-40, 2002.

Angelo, Elis Regina Barbosa. *Trajetórias dos imigrantes açorianos em São Paulo: processos de formação, transformação e resignificação das representações culturais*. São Paulo, 2011. 363 f. Tese de Doutorado em História Social. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-SP.

Arzeni, S. *Entrepreneurship and job creation*. Organisation for Economic Cooperation and Development. the OECD Observer, (209), 1997, pp.18-20. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/217450670?accountid=43603>. Acesso em Jun 2011.

Bógus, Lucia M. "Entre o Sonho e a Realidade: Imigrantes Brasileiros em Portugal". In T. Bernardo e S. Tótora, orgs. *Ciências Sociais na Atualidade: Percursos e Desafios*. São Paulo: .Ed.Cortez, 2004, pp. 127-151.

Bógus, Lucia M. “Esperança Além-Mar : Portugal no ‘arquipélago migratório’ brasileiro”. In: J. Malheiros org. *Imigração Brasileira em Portugal*. Lisboa: CIDI, 2007, pp. 39-58.

Bourdieu, Pierre. “The Forms of Capital”. In: John G. Richardson, org. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport (EUA): Greenwood Press, 1986.

Britto F; Wever, L. *Empreendedores Brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

“Capacitação faz taxa de mortalidade de pequenas empresas diminuir, aponta pesquisa”. In: *Época Negócios*, edição de 25.08.2010. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI165991-16357,00-capacitacao+faz+taxa+de+mortalidade+de+pequenas+empresas+diminuir+aponta+pe.ht> ml. Acesso em Jul 2011.

Cole, A.H. “Entrepreneurship as an area of research”. *Journal of Economic History Supplement*, n.2, 1942, pp. 118-126.

Coleman, J.S. *Foundations of social Theory*. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

cunningham, j. b.; lischeron, J. “Defining entrepreneurship”. In: *Journal of Small Business Management*, v. 29, n. 1, 1991, pp. 45-61.

D`Araujo, M Celina. *Capital Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

Drucker, Peter Ferdinand. *Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

Franco, Augusto de. *Capital Social*. Brasília: Instituto de Política , Ed.Millennium, 2001.

Granovetter, M. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, v. 78, n.6, 1973, pp. 136-1380.

Harrison, Lawrence E. *Subdesenvolvimento é um Estado de Espírito: a questão latino-americana*. Rio de Janeiro: Record, 1985.

Hirschman, A.O. *The Strategy of Economic Development*. Connecticut: Yale University Press, 1958.

Lang, Beatriz S; Souza Campos, Cristina; Demartini, Zeila. "Migrantes Portugueses em São Paulo". In: *Janus*, 2001.

Lin, N. "Building a theory of social capital". In: Lin, N; Cook, K; Burt, R, orgs. *Social Capital: Theory and Research*. New Your: Aldine de Gruyter, 2001, pp. 3-30.

Maalouf, Amin. *As Identidades Assassinas*. Tradução Susana Serras Pereira. Alges, Portugal: Difel, 1999.

Malheiros, J; Padilla, B (coord.); Rodrigues, F. *Mulheres Imigrantes Empreendedoras*. Lisboa, CIG 2010.

Mariz, M Elisa A. *Além dos 60: trabalho e bem-estar dos moradores de Coimbra e São Paulo*. São Paulo, 2009. 215f. Tese de Doutorado em Ciências Sociais. Pontifícia Universidade Católica - São Paulo.

Mariz, M Elisa A. "+ 60 em Cena". In: *Revista Ponto- e- Virgula*, v.1., 2008, p. 113-128.

Mariz, M Elisa A. *Além dos 60: trabalho e bem-estar dos moradores de Coimbra e São Paulo*. Julho, 2008. Disponível em <http://www.ces.uc.pt/publicações/oficina/oficina.php>

Marteleto, R. M. *Análise de Redes Sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação*. CI. Inf., Brasília, V.30, n.1, Jan/Abril, 2001, pp. 71-81. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>. Acesso em Jul. 2011.

Matos, Maria Izilda S. "Âncora de Emoções: a imigração portuguesa". In: *Cadernos CERU*, série 2, v. 19, n. 1, junho, 2008. Disponível em: www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1413. Acesso em Jul. 2011.

Mizrahi, Rachel. *Do Mascote ao empreendedor: Uma família da antiga Mooca*. São Paulo: Ed. do autor, 2008.

Pacífico, Andrea M Calazans Pacheco. *O Capital Social dos Refugiados: bagagem cultural e políticas públicas*. Maceió: EDUFAL, 2010.

Paladino, Gina G. "Uma questão de gênero". In: Maria de Souza Silveira Greco Simara et al. *Empreendedorismo no Brasil*. Curitiba: IBQP, 2010.

Portes, Alejandro. "Social Capital: its origins and applications". In: *Modern Sociology. Annual Review of Sociology*, n.24 (1), 1998, pp 1-24.

Schumpeter, Joseph. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

Smith Hunter A. Boyd R. "Applying theories of entrepreneurship to a comparative analysis of white and minority women business owner". *Gender in Management*, 19 (1), pp. 18-28. Disponível em: <http://search.proquest.com/docview/213157835?Accounted=43603>. Acesso em Jun/2011

Tomaél, Mi e outros. *Das Redes Sociais à Inovação*. CI. Inf., Brasília, V. 34, n. 2, maio/ago, 2005, pp. 93-104. Disponível em: <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/642/566>. Acesso em 07 de Jul 2011

Vale, Gláucia Vasconcelos; Wilkinson, John e Amâncio, Robson. "Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem". In: *RAE-eletrônica*, v. 7, n. 1, Art. 7, jan.jun., 2008.

Vale, Gláucia M V e Guimarães, Liliane de Oliveira. "Redes Sociais na criação e moralidade de empresa". In: *ERA-eletrônica*. São Paulo. V.50, n3., Jul/Set, 2010, pp 325-337.

Vitorio, Benalva S. "Somos Todos migrantes: tempo de revisão". In: Fernando Cruz e Juliana C. Ribeiro, Orgs. *Migrações e Interculturalidade*. AGIR, SOS Racismo. Porto, 2010.

Wasserman, S; Faust, K. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University, 1999.

Weber, Max. *Economia e Sociedade*. Vol 1. 3ª. Ed. Brasília: UNB, 1994.

Weinberg, Marie Felice. "Histórias recontadas: imigrantes judias, empresárias em São Paulo (1945-1956)". In: *Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo*, n.28,

2007. Disponível em: <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao28/materia01/texto01.pdf>

Zhou, Min e Bankston, Carl L. "Social Capital and the Adaptation of the Second Generation: the Case of Vietnamese in New Orleans". In: *International Migration Review*. Special Issue: the New Second Generation, 28 (4), 1994, pp. 821-845.