

Trabalho autônomo e empreendedorismo no cenário migratório internacional: trabalhadores brasileiros na Itália

João Carlos Tedesco *

O fato de ser imigrante já é expressão
de algo que fere, já é uma delinquência.
Sayad

Resumo

O texto analisa algumas estratégias empreendedoras de imigrantes brasileiros na Itália; focaliza o trabalho autônomo e a estruturação de pequenas empresas prestadoras de serviços. O eixo central do texto demonstra a importância das redes étnicas e a possibilidade de mobilidade social do imigrante através do empreendedorismo.

Palavras-chave: Imigrantes. Empreendedorismo. Redes sociais.

* Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas. Professor Titular da Universidade de Passo Fundo.

Recebido em: 11-08-10. Aceito em: 10-01-11

Teoria e Evidência Econômica - Ano 16, n. 35, p. 214-237, jul./dez. 2010

Introdução

O imigrante sempre foi visto como um trabalhador dependente, que se vincula no mercado de trabalho remunerado, contratado por alguém, num espaço de baixa qualificação e, por consequência, de remuneração e de mobilidade social. É visto, concebido e projetado para ser, acima de tudo, força de trabalho não autônoma.

Não obstante o fato de essa realidade realmente se efetivar na prática, algumas alterações estão acontecendo. Há um grande contingente de imigrantes que desejam e empreendem, seja montando empresas (em geral micro), seja trabalhando “por conta”, como autônomos.

A dimensão do empreendedorismo carrega consigo um conjunto de fatores que alteram o quadro identitário do imigrante pelo menos em alguns aspectos de sua performance social. Porém, é bom que se diga que, mesmo empreendendo, ou seja, montando uma pequena empresa, em geral prestadora de serviços, sua performance é limitada, sua presença se dá em nichos de atividades de baixa qualificação, baixa remuneração e reduzida performance mercantil. O que precisa ser dito também é que o empreendedorismo não passa a ser a tábua de salvação do imigrante; não basta empreender e achar que tudo vai se alterar na vida do imigrante, em sua identidade social e condições objetivas e materiais no interior do país de destino.¹

O empreendedorismo cresceu muito nos últimos anos na Itália. Os imigrantes buscam algum benefício próprio que o mercado de trabalho constituído não lhes dá; eles procuram ampliar as formas de ocupação, ter mais garantia de sustento da família. No fundo, é uma tentativa do imigrante de dar um *salto imprenditoriale*, que “usa muita força de trabalho e pouca máquina”, como nos disse um imigrante brasileiro que montou empresa para produzir parreirais em Verona.

Em 2008, havia na Itália 165.144 empreendedores estrangeiros (2 a 3% do total das empresas no país; um em cada 35 empresários é imigrante); a construção civil liderava, com 64.549 empresas. Analistas informam que esse número elevado de empreendedores estrangeiros revela a maturidade do fenômeno migratório no país, bem como o elevado grau de integração do imigrante no interior da sociedade, ao mesmo tempo, juntamente com a questão econômica, intenciona-se valorizar elementos simbólicos (respeito, orgulho, valorização de especializações etc.).

Há um conjunto de teorias que buscam explicar como e por que imigrantes se tornam empreendedores. Na realidade, temos dificuldade de compreender esse fenômeno reduzindo-o a uma teoria, ou a uma explicação. Estão presentes vários fatores, vários processos, tanto dos imigrantes quanto do seu cenário de destino.

Daremos evidência a alguns desses processos, porque os vimos na Itália e em que brasileiros se inserem ainda que, de forma geral, muito incipiente, mas que tendem a crescer nos últimos anos.

O âmbito cultural é um deles, que pode se apresentar em alguns grupos étnicos considerados mais propensos às atividades autônomas comerciais e/ou de prestação de serviços. Nessa fonte explicativa, determinados grupos seriam dotados de autodisciplina, propensão ao risco, independência no campo do trabalho (é o caso de judeus, chineses, senegaleses, dentre outros). Muitos desses já emigram com essa dinâmica cultural. Vimos imigrantes brasileiros que montaram empresas no interior da região do Vêneto; em geral, são descendentes de imigrantes com dupla cidadania e que se associam a empreendedores italianos, nos ramos da construção civil, dos restaurantes, em especial churrascarias, da área vitivinícola etc. Vimos que grande parte desses imigrantes brasileiros é proveniente da região de Caxias do Sul e Bento Gonçalves, região colonial de imigração italiana no sul do Brasil. Ambos produzem uma economia e empreendimentos com características também étnicas. Análises enfatizam esse fator ao demonstrar que segundas gerações de imigrantes tendem a seguir o mesmo caminho da primeira nesse âmbito.²

Outra explicação se constitui na esfera do contraponto, ou seja, imigrantes tornar-se-iam empreendedores como reação para enfrentar as dificuldades que têm de se inserir no meio social e econômico. Nessa teoria entram a questão da discriminação social no acesso ao trabalho e a dificuldade de mobilidade social do imigrante. Imigrantes montariam pequenas empresas e/ou trabalhariam autonomamente servindo-se de espaços onde há baixo investimento em capital e tecnologia, atividades de baixa remuneração, de sobrevivência precária, de baixa concorrência. A industrialização difusa (economia pós-fordista) produziu serviços considerados marginais, inclusive de forte presença de ocupação feminina. Nesses horizontes imigrantes se inserem, ou seja, as oportunidades dificultadas no mercado de trabalho em geral tendem levá-los a encontrar oportunidades alternativas e a se tornar pequenos empreendedores.

Fatores institucionais, a oferta de trabalho e os sistemas econômicos da sociedade de destino não devem ser negligenciados; na realidade, ambos tendem a exercer importância na constituição do empreendedorismo. A nova economia urbana de nossas grandes cidades produz um conjunto de serviços (manutenção do ambiente construído, cuidado das pessoas idosas e crianças nas famílias, limpeza de prédios e ruas, construção civil etc.) que possibilitam a entrada de pequenas empresas de imigrantes. O setor público tem muito a ver também em suas ofertas de serviço, regulamentos, burocracia, tributos, exigências, enfim, com uma estrutura política

de oportunidades (recursos, financiamentos) que tendem a influenciar no empreendedorismo e no trabalho autônomo.

Ainda no âmbito do sistema econômico, o mercado interno não pode ser deixado de lado (população imigrante e também, ainda que reduzida, de autóctones, mercados abertos, o consumo étnico, a terceirização de atividades de baixa exigência técnica e remuneração de alto risco, de recursos financeiros, trabalho e comércio informais, da presença intensa de ilegais etc.). No horizonte dessa informalidade estão as redes sociais (*network*) entre grupos de origem, nas quais se pressupõem maior interconhecimento, confiança recíproca, flexibilidade na aplicação da força de trabalho e nas formas de remuneração (os setores da construção civil e dos restaurantes são exemplos disso); são recursos étnicos que acabam sendo úteis, de uma forma geral, para otimizar processos econômicos e culturais aos imigrantes e, de forma indireta, ao país onde se encontram. Esse processo acaba produzindo um capital social coletivo e distribuído entre os grupos, expresso no conhecimento, nas informações, na performance dos trabalhadores, nas relações com clientes e fornecedores.

No campo dos *network*, análises demonstram processos intensos de exploração de trabalho, de baixa remuneração, trabalhadores expostos a atividades com ritmos intensos, uso de trabalho de menores, exploração de ilegais, de mulheres, ou seja, grande ausência de controles estatais. Há mobilidades sociais para alguns à custa da exploração de grandes contingentes de conacionais; lógicas comuns (em geral, de exploração de trabalhadores) se irmanam em mercados e situações de trabalho no país de destino (é comum isso entre chineses na Itália, bolivianos em São Paulo, turcos na Alemanha, mexicanos nos Estados Unidos).

Há uma explicação também que caminha pelo viés de uma economia de enclave, a qual revela concentração de grupos étnicos em certos espaços e de empresas fundadas por estrangeiros que acabam otimizando sua nacionalidade. Há, nesse sentido, uma concentração territorial de economia e enclave étnico (mercado do grupo nacional, produtos específicos de pouca aceitação externa ao grupo, ocupação da força de trabalho específica, capital familiar, redes de amizade etc.) e de segregação ocupacional, a qual colabora para produzir processos de pertencimento, solidariedade e lealdade étnica, assimilação cultural. Nesse âmbito, percebe-se que o fator étnico serve à economia do país, e é a economia étnica que permite perpetuar a etnicidade.³

Vimos na Itália um empreendedor brasileiro do ramo de transferência de dinheiro que já trabalhou no Banco do Brasil; outro do ramo de telefonia e de comércio “de produtos brasileiros”, que se formou em comércio exterior no Brasil,

trabalhou quatro anos em frigorífico, restaurante e agricultura. Em 2008, resolveu montar uma empresa de importação de produtos brasileiros: “Já abasteci merca-dos em Verona, Bréscia e Treviso, onde tem bastante brasileiros, não é [...]. Faço o que gosto e sei desempenhar”. Outros que trabalhavam na agricultura no Brasil atuam no mesmo espaço na Itália e montaram empresas prestadoras de serviço para carregar frangos nos aviários, construir e cuidar de parreirais, dentre outras atividades.

Nesse processo empreendedor, vimos que há certa flexibilidade de tempo (como um que faz parreiral e nos conta que fica até três meses no Brasil quando é forte o inverno na Itália, e “toco alguma coisa lá também nesse tempo”), certa autonomia, envolvimento da família, otimização de conacionais (pragmatismo étnico), qualificar ou otimizar a já existente, dentre um conjunto de outros fatores. Porém, o que mais se evidencia são trabalhos autônomos e pequenas empresas prestadoras de serviços. A alta demanda nesse setor tem favorecido atividades e entradas de imigrantes. É a tese da economia urbana vista anteriormente. A construção civil, a esfera dos cuidados familiares, setores de limpeza em condomínios e nas famílias, nas atividades agrícolas, no ramo de telefonia e internet, em horizontes de lazer e gastronomia étnica são atividades e setores em que a presença de imigrantes é intensa. No interior dessas esferas produtivas é que brotam atividades empreendedoras.

Enfrentando barreiras

A literatura revisada enfatiza que as empresas de trabalhadores imigrantes, em geral, expressam grande vulnerabilidade em razão da marginalidade institucional, da dificuldade de acesso ao crédito, da ausência de um suporte contábil e de gestão mais eficaz. Porém, ao mesmo tempo, essas empresas revelam alguns dinamismos em correspondência com setores e atividades (comércio, construção civil, cuidados à saúde, limpeza etc.) e podem, com o tempo, se transformar num antídoto à integração subalterna e ao confinamento nas posições desvantajosas da estrutura ocupacional.⁴

Sabemos que imigrantes possuem dificuldades para encontrar trabalho na sociedade de destino. Empreender, então, envolve um conjunto amplo de dificuldades; requer processos subjetivos e objetivos em especial em torno dos níveis de maturação da realidade migratória do sujeito envolvido; exige envolvimento nos sistemas locais de produção, conhecimento de legislação, de trabalho, conhecimento da língua, dos trâmites burocráticos, do tecido produtivo do país, do ramo e da

atividade específica em que se deseja adentrar, inserção no país com característica estável, adaptação ao modelo de microempreendedor.

Sem dúvida, também a constituição de capital social, que permite produzir canais e redes étnicas, inclusive transnacionais, favorece muito, como é o caso dos produtos étnicos, do envio de remessas, de compra e venda de passagens aéreas, de empresas que vendem pacotes turísticos para o Brasil, do ramo gastronômico e cultural em geral – música, artesanato, feijão e arroz, erva-mate, chás, carvão para o churrasco etc.

Empreender produz e/ou requer vínculos familiares muitas vezes em ambos os espaços nacionais. Ter a possibilidade de envolver a família direta ou indiretamente revela um estágio de maturação da identidade de imigrante. A legislação que permite o reagrupamento familiar (*ricongiungimento familiare*) pode se tornar um elemento facilitador nesse sentido. Porém, os dados demonstram que, para o caso brasileiro, isso não se evidencia com grande intensidade.

Insistimos na ideia de que o trabalho dito “independente” depende muito também das redes étnicas, diríamos até da mesma forma que o remunerado por um contratante. A passagem do segundo para o primeiro vai depender muito desse capital social e étnico construído no país. A experiência amadurecida depois de alguns anos na Itália, os contatos construídos, o conhecimento adquirido, o desejo de melhorar economicamente e de colocar em prática especialidades adquiridas, ou já possuídas antes de emigrar, em termos pessoais, passam a ser fundamentais para o futuro empreendedor. Somam-se a isso as condições de partida e os objetivos da emigração (tempos, vínculos, obrigações familiares etc.).

A estrutura do sistema produtivo e econômico italiano, o desejo de sair da situação limitada e malvista de trabalhador dependente, em especial de suas barreiras, em termos de mobilidade profissional, das estruturas de oportunidades na sociedade italiana e nos grupos (famílias, conacionais, amigos, economias locais...), vão dando credenciais e explicando a inserção de imigrantes na esfera empreendedora. A mobilidade social, como sinônimo de empreendedorismo, é uma possibilidade de realidade, porém não é tão fácil, nem simples e *automática*.⁵ São necessários processos políticos, burocráticos, econômicos, jurídicos, étnicos, familiares, redes, elementos da sociedade de destino, estruturas de uma organização econômica pós-fordista (terceirização, fragmentação da produção, atividades em que a reduzida necessidade tecnológica seja otimizadora), espaços do tal *labour intensive* (em especial na agricultura e construção civil), bem como uma série de outros elementos.⁷

O setor de serviços é expressivo nesse sentido, implica pouco investimento, é passível de aplicação de mão de obra e, em geral, é sequencial; aproveita-se a presença de conacionais próximos e/ou a mediação de “italianos conhecidos para

arrumar trabalhos”, como é o caso de brasileiros que montaram uma empresa prestadora de serviços da atividade vitivinícola “do início até o fim, da plantação à colheita da uva”, dando trabalho “para um monte de brasileiros que estão irregulares”, como diz um brasileiro que contrata conacionais para atividades agrícolas em Verona e Bréscia.

Entendemos que o empreendedorismo, em meio aos imigrantes, passa a ser uma resposta a um mercado amplo, diverso, e se expressa em produtos e serviços múltiplos e personalizados, identificados com determinados grupos e nacionalidades; responde a um conjunto de fatores da atual conjuntura econômica, do mundo do trabalho, do horizonte empresarial, temporal, das condições de vida e de remuneração dos imigrantes, os quais, isoladamente, não oferecem explicações convincentes.⁷

A otimização da informalidade e a presença de irregulares

A informalidade é marca registrada dos setores em que preponderam os tais *lavori da immigrati*. São setores dinâmicos, de pouca mobilidade social e funcional em seu interior, de pouca vigilância pública (em geral, pela sua importância e inevitabilidade, como é o caso da construção civil, da agricultura e das atividades de limpeza e cuidados à saúde nas famílias), de baixa remuneração.

Estudos demonstram que há uma profunda conexão entre imigrantes e informalidade. O trabalho informal é fundamental para fazer funcionar a economia formal.⁸ O trabalho domiciliar, na agricultura, na esfera doméstica, em especial de limpeza, por meio de pequenas empresas prestadoras de serviço, o *lavoro nero*, a tentativa e a necessidade de redução de custos em empresas pouco competitivas e mesmo nas modernizadas, dentre outras, são espaços e dinâmicas em que a informalidade otimiza a esfera econômica.

O crescimento do empreendedorismo dos imigrantes que utilizam conterrâneos, muitos deles irregulares, alimenta a processualidade migratória. Quanto mais irregulares e clandestinos, mais a informalidade se apresenta.⁹ A presença muito intensa de imigrantes irregulares facilita essa dimensão dos vínculos em empresas de imigrantes. Em geral, empreendedores brasileiros *contratam* conacionais e, em especial, irregulares; o mesmo vale para empreendedores italianos dos setores informados acima. No fundo, a condição de irregular é excelente forma de otimizar o fator trabalho para o *contratante*, além de ser um dos poucos espaços que restam para o trabalhador nessa situação.

Os custos de transação reduzidos, a confiança, a potencialidade das necessidades de trabalhar, a dificuldade de encontrar trabalho “por conta” e consumidores potenciais, os ditos nichos de mercado de ação onde as barreiras são menores, dentre outros aspectos, fazem dos empreendedores sujeitos dinâmicos, com possibilidade de crescimento numérico e otimização econômico-financeiro, ainda que tenham dificuldade de sair de sua performance desqualificada ou marginal no universo empreendedor em razão dos baixos recursos financeiros e de qualificação. A informalidade e a alta intensidade de trabalho acabam sendo funcionais para os empreendedores.

Vimos empreendedores brasileiros que descobriram na Itália espaços e condições para empreender; outros que já o eram no Brasil e que descobrem que podem estender seus negócios na Itália, principalmente buscando valorizar capital (humano, social, cultural e econômico) existente e/ou adquirido. O que mais vimos são empreendedores que começaram a sê-lo na Itália, fruto justamente de um processo de mobilidade, promoção social e desejo de sair de uma situação fossilizante do mercado de trabalho característico para o imigrante. “Fazia oito anos que trabalhei no mesmo ramo, na mesma coisa, na roça; se eu não repensasse em fazer por conta, iria morrer aqui no mesmo lugar...”, disse-nos um brasileiro que decidiu montar uma pequena empresa para cuidar de parreirais. “Trabalho menos, tenho meus clientes assegurados, onde sempre trabalhei, fico até três meses no Brasil no período do forte do inverno aqui, e sem muito stress. Consigo me virar e os que trabalham comigo também”. O mesmo diz que parte de suas atividades é registrada, assim como seus colaboradores. “Trabalhar sem registro aqui é mais fácil do que no Brasil, tu não pode deixar o trabalhador descontente pra ele não reclamar no sindicato; só que no meu caso, pego muitos que já estão irregulares. Daí, por situação nenhuma eles apelam pra reclusórias, porque vão eles se lascar também.”

Um horizonte de precarização do trabalho e das condições de empreender

Há capitais sociais de imigrantes, relações potencializadoras com autóctones, visões de negócio, elementos culturais do grupo, escolaridade não otimizada no atual trabalho dependente (não reconhecimento de títulos universitários tanto pela legislação do país quanto pelos próprios empregadores), experiências anteriores à emigração que, com o tempo, vão ganhando corpo e induzindo espaços. No entanto, queremos relativizar algumas afirmações de analistas que dizem que imigrantes são dotados de grande liberdade para empreender em virtude de sua inserção em

atividades de baixa concorrência e de alta aplicação da força de trabalho. É necessário, sim, ver as condições do mercado de trabalho, as características de inserção nesse mercado, os trâmites burocráticos, as altas taxações, as dificuldades de operacionalidade das atividades e, sem dúvida, a intensa concorrência entre imigrantes e com autóctones. Como um brasileiro do setor da construção civil nos informou, “começamos por baixo, com pouco movimento (retorno financeiro), poucos recursos, pegamos, sim, trabalhos menores e com baixa remuneração; temos de apertar o trabalho dos camaradas aqui, senão não tem como ir adiante.”

É bom que se diga que não há um reconhecimento do título de qualificação do imigrante; há, sim, um fenômeno de desqualificação profissional do trabalho imigrante. Em geral, esse imigrante qualificado, sentindo-se preterido e desvalorizado em termos de saber e de remuneração, tende a imprimir formas de trabalho e de autoemprego e de atividades independentes por meio, em grande parte, do microempreendedorismo.¹⁰ Desse modo, a ausência de perspectivas estáveis no mercado de trabalho dependente tende a fazer com que haja um maior percurso do trabalho autônomo, ainda que com grande possibilidade de falência. É comum ouvir falar que o Brasil “está em alta na Itália”, que o Brasil “vai bem”, que ser brasileiro “con-tém um *plus* na Itália”, que “as coisas do Brasil vendem” etc. Porém, “sabemos que isso é febre e que de uma hora pra outra pode dar um freio. Por isso, tenho sempre cuidado, não dá pra investir muito. Isso é coisa do *marketing* turístico e que pode de uma hora pra outra desviar a rota e o Brasil ser esquecido”.

A simbologia na nação corporifica-se na dinâmica de alguns negócios; reificam-se símbolos, generalizam-se horizontes culturais; “tudo é Brasil”, como nos disse um mediador cultural brasileiro que trabalha em Roma. Em geral, compram-se símbolos, referências, identidades de origem, identificação com raízes, nostalgias, lembranças, idealizações, necessidades produzidas pelos vínculos sociais, geográficos e étnicos alterados. Junto com determinados grupos de imigrantes vão aparecendo mercadorias.¹¹ São os negócios étnicos já vistos anteriormente e que no caso de imigrantes brasileiros são muito intensos.

Vimos em determinadas regiões do Norte e Nordeste da Itália setores, como restaurantes, lancherias, salões de beleza, internets (telefonia, envio de dinheiro), de consertos de calçados, cosméticos etc., com intensa presença de brasileiros. A ideia que todos exteriorizaram é que é possível otimizar alguns fatores em meio ao processo migratório, capitalizando necessidades e outros fatores simbólicos que fazem parte da vida do imigrante. Nos ditos espaços de “negócios do Brasil”, em especial nos centros de telefonia e internet, viabilizam-se sociabilidades; ouve-se música brasileira; notícias são estampadas sobre o Brasil; conhecem-se pessoas;

informações sobre empregos, aluguéis, trocas e vendas de produtos são afixadas em murais; funcionários e clientes são brasileiros. “O arroz e feijão, a carne de porco, cervejas e sucos de polpa de frutas do Brasil não podem faltar” (dono de restauran-te “de brasileiros” em Pádova).

Constatamos que de todos os empreendedores entrevistados ninguém tem vínculo com associações e/ou categorias representativas do setor; formam, sim, pequenas redes *internas* alimentadas pela dimensão da nacionalidade, conterraneidade e religião. “Cada setor é um negócio”, foi o que nos disse um empreendedor prestador de serviço no meio rural, que revelou ser muito importante e estratégico manter relações próximas, cordiais e cotidianas com italianos no meio rural, pois “é deles que dependem os trabalhos que fazemos”.

Percebemos que há uma grande relevância do trabalho autônomo, de formas variadas de performances das pequenas empresas, incorporações mistas, empresas étnicas etc., todas expressivas de um fenômeno mais amplo e diversificado.

Nesse horizonte do empreendedorismo, muitos serviços apresentam sua dimensão transnacional, como *mundos em trânsito* pela lógica dos negócios. Filmes, músicas, comida, bebida, os tais cinco “T” (transporte, turismo, telecomunicação, *trade nostalgic*, transferência de remessas) são horizontes de presença de brasileiros, que pode se dar também em associação com italianos, com outras empresas no Brasil ou, então, entre imigrantes brasileiros na Itália. São horizontes complexos, interligados, vinculados a redes (essas também são complexas, variadas e amplas).

Nichos de empreendedorismo étnico

Os *phone centers* são espaços de grande presença de brasileiros e estão presentes em quase todas as médias e grandes cidades do Vêneto e da Lombardia; permitem os intercâmbios internacionais por meio da telefonia internacional, da internet, do envio de remessas por meio de sistema parabancário, como o *Western Union*, *Money Gram*, da venda de produtos brasileiros, de outros serviços em geral. Informações sobre trabalho, aluguel, profissões, documentação (reagrupamento familiar, sanatórias [regulamentações do governo aos imigrantes], leis, permissão para permanecer no país, decretos, traduções de certificados etc.) são também viabilizadas como prestação de serviços nesses espaços.

Na realidade, somadas essas atividades, esses locais de telefonia e de internet funcionam como ponto de referência, agregação e integração espontânea, encontro, trocas de informação, lazer, formação e ampliação e estreitamento de redes, constituição de horizontes solidários e informativos sobre o trabalho. Prestam-se como

espaços que revelam certa integração dos imigrantes e sua inserção na sociedade italiana, permitindo-lhes visibilidade e possuir um espaço de dimensão informal e de grande funcionalidade prática para a sua vida.

Esses espaços empresariais são tão importantes para os imigrantes em geral (muitas nacionalidades possuem *phone centers* identificados pela origem nacional) a ponto de o governo italiano impor restrições ao seu funcionamento. Policiais vigiam cotidianamente esses locais de aglomeração de imigrantes; legislações restritivas são implementadas para sua operacionalização, como taxas elevadas, exigência, por exemplo, de dois banheiros, um especial para portadores de necessidades especiais, o que nem restaurantes, agências bancárias e públicas no país possuem. Tal deliberação inviabiliza a continuidade de empreendimentos pelo seu alto custo. Vimos muitos *phone centers* de imigrantes que fecharam nos últimos anos, ou somente passaram a operar com internet, sem telefonia, como estratégia para driblar essas regulamentações. Há, sem dúvida nessas exigências uma estratégia governamental de natureza política. O Estado não está interessado na tutela de consumidores (para que tenham banheiros específicos), ou na regulamentação do mercado, mas num bom espaço de controle dos imigrantes; é uma maneira de demonstrar vigilância e controle social.

Essas empresas, em geral de imigrantes, expressam uma *territorialização dos imigrantes* (economia de enclave, vista anteriormente), onde a presença de autóctones é mínima ou quase nula. Há um *transnacionalismo conectivo*, numa dimensão imaterial e simbólica fundada na etnicidade, no conteúdo das informações e comunicações, no dinheiro enviado e que circula entre regiões dos dois países.

Os *phone centers* são espaços de grande densidade de imigrantes;¹² há uma gama de serviços e produtos que são peculiares a determinados grupos e, por isso, possuem ou não aceitação.¹³ Como muitos dizem, “agora é o momento do Brasil”; italianos viajam ao Brasil, imagens positivas do Brasil são disseminadas. “O Brasil cresce e queremos ver o que causou isso”, disse-nos um contabilista que assessora empresas de grande porte na cidade de Bréscia.

Mercadorias, pessoas e símbolos viajam juntas. O transnacionalismo mercantil se alimenta também de etnias e fronteiras ditas ainda de nacionais. O transnacionalismo simbólico expressa-se em manifestações artísticas e culturais (samba, música brasileira, apresentação de capoeira, gastronomia – em especial o feijão, o arroz e o churrasco [este último muito presente em grupos de brasileiros com italianos que trabalham no meio rural] – etc.). “São mundos diferentes que se encontram”, diz um professor de capoeira, o qual nos informa que, no fundo, italianos não estão muito interessados na dimensão cultural e histórica da capoeira e, sim, como expressão corporal, como exercício grupal de atividade física, como ritmo musical com alguma afinidade com o Brasil.

Fonte: Panfleto distribuído na rua como pro-paganda para cursos de capoeira na Itália.

Figura 1 - A capoeira apresenta-se na Itália como uma expressão de etnicidade generalizada como brasileira. Cursos, apresentações nas ruas e em festas ditas brasileiras expressam formas de otimizar essa referência cultural afro-brasileira tanto em meio aos imigrantes como entre os autóctones; é uma grande manifestação de empreendedorismo étnico na Itália.



Há recursos étnicos que se transformam em pequenos nichos de uma economia étnica. Grupos étnicos podem ser vistos como horizontes econômicos, como possibilidade ou não de adentrar em determinadas atividades. Brasileiros são bastante identificados com atividades agrícolas, na construção civil e nas famílias, em atividades de cuidados de idosos e de limpeza (os italianos chamam de *colf* e *badante*). Isso tende a facilitar a entrada de empresas de imigrantes nesse setor, pois já há uma identificação social nesse sentido. Dificilmente um nigeriano conseguiria montar uma empresa de prestação de serviço às famílias de autóctones tendo como trabalhadoras as moças/mulheres de sua nacionalidade, pois essas são em muito estigmatizadas como prostitutas. Nesse sentido, os serviços passam a ser identificados em sua transnacionalidade étnica. Filipinas, peruanas e brasileiras são as mais procuradas e aceitas; há empresas de brasileiros, cooperativas de

trabalho montadas por brasileiros que se especializaram em ofertar trabalhadoras para famílias italianas, como vimos em Milão, Padova e Treviso.

Performance de alguns empreendedores brasileiros nas regiões Norte e Nordeste da Itália

Entre os imigrantes em geral, calcula-se que em torno de 10% conseguem empreender. O Brasil está entre os dez países de maior número de empreendedores, principalmente os considerados artesanais (de maior aplicação de mão de obra, como é o caso da construção civil).¹⁴ São 1.462 empreendedores, 804 construção civil, 217 no comércio, 165 em serviços profissionais. Em geral, nas entrevistas que fizemos, há a expressão de que antes de empreender muitos deles passaram por várias atividades no interior do país de destino. É, por exemplo, a história de um gráfico brasileiro em Bolzano, Marcelo Ramos, natural de Porto Alegre, que começou com várias atividades em diferentes países e há três anos montou empresa que faz estampas de camisas, malhas e chapéus. Ele diz que a crise abateu seu negócio; por isso, pretende ir à Holanda e tentar a vida por lá; diz que na Itália há pouca tolerância e muito racismo e produção da inferioridade no imigrante; quer melhor futuro para seu filho, por isso tornou-se empreendedor.

Em 2000, na região do Vêneto, segundo dados da Câmara e Comércio de Vero-na, havia a inscrição de 405 brasileiros como empreendedores; o setor manufatu-reiro liderava, com 81 empresas, seguido pela construção civil, com 78. Em Verona havia, no período, 129 empreendedores; em 2007, na mesma região, o número já subira para em torno de 700, com o setor da construção civil liderando, com 598 empresas. Esses dados demonstram que o empreendedorismo, de fato ou apenas de direito, em meio aos imigrantes é dinâmico.¹⁵

Entrevistamos 16 empreendedores que atuam nas regiões do Vêneto e Lombardia e buscamos mapear alguns setores considerados de maior presença de imigrantes, em especial da agricultura, da construção civil e do setor de limpeza (prédios e ruas).

Podemos sintetizar aqui alguns aspectos, afirmando que a maioria começou com capital inicial próprio, fruto de poupança obtida com o tempo de permanência na Itália e em outros países (para seis casos); alguns conseguiram dinheiro emprestado antes de emigrar ou de algum conhecido e conterrâneo no espaço migratório. Para o caso de dois empreendedores do setor de prestação de serviços de limpeza em prédios, houve o auxílio de amigos brasileiros “que já entendiam da parte jurídica e legal e montaram negócios”. Vimos também que o capital social é fundamental para a efetivação do negócio. A amizade com italianos e a facilidade

de inserção em meio aos conacionais favorecem para que o empreendimento empresarial se constitua e adquira certa firmeza de continuidade e eficácia.

Saberes e recursos financeiros anteriores à emigração, qualificações, aprendizagens posteriores, experiências de microempresário já no Brasil dão as credenciais de alguns dos empreendedores entrevistados: “Já tinha em Criciúma um pequeno negócio de roupas e não vim aqui pra ser mandado por qualquer um. Tenho a dupla-cidadania e daí fiz valer isso, senão pra que serve? Quis ser dono de meu próprio nariz. Lá sempre fui marceneiro, uma vez me roubaram, levaram meu lucro, lá não dá pra fazer capital; quero ver se aqui consigo e depois trago meus filhos.”

Vimos empreendimentos em que os trabalhadores são todos familiares, aliados a parentes, no limite, conterrâneos, em razão da confiança, “nem tanto pela competência, mas pela facilidade de lidar com clientes brasileiros, por já saber o jeito deles, né. Temos muitos de Criciúma que vêm aqui. Daí, tenho sempre alguém de lá, atrai não é?”

A empregabilidade de conterrâneos e de conacionais pode aliar solidariedade com otimização do fator de atração, de identificação e de fazer sentir “um pedaço do Brasil, até porque notícias e coisas do Brasil se está bem por fora. Ninguém noticia nada, aqui tu tá isolado. O Brasil tem fama, mas do Brasil se sabe pouco”.

Em empresas do setor da construção civil vimos outras nacionalidades presentes no quadro de funcionários, principalmente extracomunitários, em especial romenos. Um dos sócios de uma empresa nos disse que preferem brasileiros, mas em momentos de picos de trabalho e tipos de atividades demandam e necessitam contratar “o que aparece”, e também “tem brasileiros que não querem ser mandados por brasileiros e não aceitam fazer trabalho pesados no frio e umidade [...]. Não é tudo fácil assim não. Tem vez e mesmo alguns já devem ter te dito que é pior lidar com brasileiros do que com romenos e polacos. Os indianos gostam muito da gente”.

Os empreendedores entrevistados (total de 16), em geral, são jovens do gênero masculino, com idade variando entre 25-38 anos, já estão na Itália no mínimo três anos e máximo oito. Com exceção de uma cabeleireira e de um dono de *call-center*, grande parte está com a família ou parte dela; poucos, pra não dizer ninguém, exerciam na plenitude esse tipo de empreendimento no Brasil; seis empreendedores declararam a intenção de retornar ao Brasil; o tempo mais elástico de permanência informado como desejado foi de dez anos, “até formar bem os filhos”. Esse enraizamento no país é considerado fundamental para o empreendimento e a sua sequência. O desejo de retornar se alimenta da possibilidade de empreender em algo de maior envergadura no campo imobiliário, na agricultura, em restaurantes, na fabricação de vinho etc., para, como um nos disse, “poder viver um pouco, porque isso daqui não é vida, abrimos mão de muita coisa”. Na realidade, todos afirmam que enquanto os negócios e/ou atividade vão indo bem “é possível que a gente

mude de ideia”, ou, então, “sabemos que o Brasil ta bem agora, emprego, salário, todo mundo fala bem do Brasil. Aqui, inclusive, tem gente que nos pergunta o que é que temos fazendo aqui na Itália. Mas tem a violência ainda né, não quero temer pelos meus filhos. Saí de Blumenau e depois de Camboriú por causa que, quando tu tem uma coisa, vêm e te roubam tudo ou te sequestram”, disse-nos uma esposa de empreendedor brasileiro do ramo de floricultura.

Constatamos que os empreendedores(as) possuem dupla-cidadania adquirida pelo *jus sanguinis*. Essa performance auxilia na possibilidade de fazer com que o negócio perdure por mais tempo, ter mais possibilidade de construir vínculos com italianos e mesmo com conacionais. No entanto, alguns afirmam que “há muita desconfiança e dificuldade pelas autoridades públicas e de representação do setor dos microempreendedores; quando se vai abrir um negócio tem de preencher requisitos, exigências, protocolos e mais protocolos, burocracia que tu não entende por quê. O tempo de espera é longo, eles dizem que necessitam fazer pesquisa, querem ver isso, aquilo, se tá tudo *in regola*. Aqui tem uma igreja que te presta assistência e se serve de tu depois também”.

Tivemos dificuldade de encontrar empreendedoras mulheres brasileiras; há um número menor nesse sentido, talvez fruto dos reduzidos espaços alternativos do mercado de trabalho para elas. A esfera familiar é ainda seu espaço por excelência. Encontramos uma empreendedora que, associada a outro italiano, montou uma agência, na cidade de Bréscia, para selecionar e preparar mulheres para serem *coll* e *badante* (fazer limpeza e cuidar de idosos). Encontramos duas que possuem *call centers* em Verona. No campo dos *call centers* e produtos de estética, massagem e limpeza facial há presença de mulheres empreendedoras tanto em Padova, como em Milão, bem como em Verona.

Fonte: João Carlos Tedesco.

Figura 2 - Em *call centers*, em diversas cidades italianas encontram-se afixadas em paredes informações sobre aluguéis, vendas de algum objeto, ofertas de serviços etc., demonstrando que são multifuncionais para os imigrantes; passa a ser uma estratégia empreendedora de atração de conacionais no interior desses estabelecimentos



Há empreendedores que buscam produtos brasileiros, outros que levam os da Itália para vender no Brasil e na América Latina. Há investimentos paralelos que possuem duas vias (vinho, óleo de oliva, músicas e produtos brasileiros, pizzarias, *gelaterias* no Brasil, produtos brasileiros para *gelaterias* italianas, em especial polpas de frutas etc.). Há redes, mobilidades de mercadorias e de pessoas que viabilizam tudo isso; legalismos, burocracias, informalidade, deslocalização, internacionalização de redes de produção, de comercialização, normatividades regionais, trâmites internacionais que se alteram seguidamente, canais informais de crédito e um sistema de usura. São todos processos que revelam mobilidades, integrações transnacionais ou, no mínimo, internacionais, níveis de integração de alguns imigrantes no tecido econômico e produtivo local, circularidade de mercados, estratégias variadas, inventividades e descobertas. Tais realidades expressam o papel ativo que imigrantes exercem no interior da dinâmica econômica e mercantil.

Algumas empresas de brasileiros possuem características étnicas, ainda que, como nos disse um proprietário, “não se destinam só a brasileiros”, podem também concorrer com empresas de autóctones, como é o caso das do setor de limpeza (em hospitais, condomínios e empresas), no campo estético (cabelo, massagem, limpeza de pele, bronzeamento etc.), serviços de encanamento, eletricista, construção civil, floricultura, bares e lancherias, internet, dentre outras.

Não há um confinamento entre o empreendedorismo e o mercado étnico e não étnico (há demanda de nacionais pelos serviços como também de outras nacionalidades); talvez fosse melhor definir “empresa cultural aberta”, em vez de empresas étnicas, pois estas acabam dando um foco reduzido. No fundo, se formos pensar mais objetivamente, só o fato de emigrar já revela certa qualificação para empreender. Sabemos que não são os mais pobres que emigram; são trabalhadores de faixas medianas baixas da população, pessoas que já possuem certa qualificação e formação para enfrentar o mundo do trabalho no próprio espaço de origem, mas que, pela dinâmica reduzida de mobilidade social, buscam ganhar mais em espaços externos para, com o tempo, realizar o sonho de ser empreendedor.

Já enfatizamos que os países de destino, em geral, não valorizam as qualificações anteriores dos imigrantes, títulos universitários, cursos outros de qualificação; há um capital humano disperso e congelado. Esse processo faz com que muitos imigrantes acabem se tornando empreendedores como forma de valorizar e otimizar aprendizagens adquiridas.

Em geral, a clientela étnica se apresenta como primeiro mercado de referência; é “um espaço pouco explorado”, como nos disse um dono de uma pequena lancheria em Verona, “pena que só podemos vender lanches, nada de bebida alcoólica,

senão vira bar. Aqui é assim, é tudo definido o que se pode e o que não se pode. Nesse nosso negócio, de comida, né, a fiscalização tá em cima sempre, sempre te exigem alguma coisa”. Essa clientela é a mais informal, é a dos vínculos de correionalidade no Brasil (muitos de Pato Branco e de Criciúma buscam bares, casas de lanches, pontos de internet, mercadinhos, casas de festa de empreendedores brasileiros de suas cidades).

Essa transnacionalidade étnico-regional acaba por se tornar uma oportunidade econômica, uma valorização cultural, além de ser um aspecto simbólico aliado a sentimentos familiares (como, por exemplo, as feijoadas e os almoços aos domingos em uma paróquia da Igreja Católica em Roma, na qual em duas oportunidades estivemos presente).

Muitas vezes essa etnicidade se amplia e alarga suas fronteiras, torna-se latino-americana; há negócios para latinos, música latina, encontros de latinos, missas para latinos, processo que revela certa integração, aproximações de grupos com horizontes culturais e geográficos aproximados. O setor alimentício, os ditos “sabores étnicos”, envolve italianos e brasileiros; há uma grande churrascaria em Verona e também em Milão, que é formada por sociedade entre brasileiros e italianos. Nesse ramo, a atividade não é direcionada para brasileiros, pois, como nos disse o gerente da de Verona, “aqui sim o preço é salgado, não só a carne”. Porém, em outras atividades pode estar mais presente os *nostalgic trade*, a ideia de pertencimento a um grupo, a algo que conecta os consumidores ao seu contexto de origem. Nessa dimensão perpassa a ideia da transnacionalização da imigração.

Não há dúvida de que não é nada fácil a transferência tal e qual de alimentos, tipos, sabores entre um país e outro; a dita “cozinha étnica” busca adaptar, hibridizar, transformar os produtos, dando-lhes “uma cara” de Brasil, como nos disse um dono de lancheria em Verona que vende pastéis, salgadinhos em geral – “Faltam os temperos, nem tudo é igual, mas assim atraímos outros clientes também; brasileiros trazem aqui amigos italianos que também igualam nossos produtos aos deles”. Nessa lancheria vimos que há uma adaptação do local (ambiente, decoração, ilustrações na parede) em correspondência com o Brasil: há uma bandeira do Brasil, fotos da cidade de proveniência dos proprietários, imagens do Rio de Janeiro, de praias e mulheres brasileiras na parede.



Fonte: João Carlos Tedesco.

Figura 3 - Há muitas casas de lanches “de brasileiros” na Itália; são também expressão do empreendedorismo étnico e funcionam muito como economia de enclave, pois estão localizadas em espaços de maior presença de imigrantes brasileiros; raramente há consumidores autóctones nesses espaços. É possível ver sobre a cadeira ao lado do proprietário (imigrante de Criciúma) um quadro artesanalmente confeccionado estampando a bandeira do Brasil.

Vimos um brasileiro que vendia assinaturas da Globo Sat, que permitia assistir à programação convencional da Rede Globo, bem como ver algumas outras que são preparadas exclusivamente para brasileiros fora do país, em especial para brasileiros nos Estados Unidos. O argumento do empreendedor era sempre em torno das novelas e do futebol, bem como dos programas, em geral com muita música brasileira para estrangeiros.

A economia étnica envolve uma ativa e concentrada presença de força de trabalho e mesmo de consumo de conacionais; criam-se, com isso, algumas obrigações recíprocas entre os ditos patrões e empregados. Visitamos um apartamento em que residiam o “patrão” e o “empregado” do ramo da construção civil.

O desejo de ser empreendedor, em geral, migra com o imigrante, porém não é algo tão programado e passível de previa definição em termos do que e onde. Pelo que vimos, é, em geral, fruto de um posterior trabalho dependente, como expressão de *mobildade interna* ao próprio horizonte das atividades e do tempo de vida de imigrante.

Por isso, na nossa visão, o empreendedorismo dos imigrantes revela processos integrativos, interações cotidianas num tecido social dito dos “de baixo”. A economia e a organização empresarial pós-fordista, pós-industrial, da dita acumulação flexível, criou instâncias dinâmicas no campo da prestação de serviços, com pouca regulamentação e alta flexibilização de processos. Isso propiciou, e exige, a redução de custos, a otimização de produtos e horizontes concorrenciais. Isso torna imigrantes potencializadores de serviços e de oferta de produtos a custos baixos; em geral, são atividades e empresas interligadas a processos produtivos em redes de prestação de serviços sazonais ou não, mas que, sem sombra de dúvida, buscam otimizar o fator de produção mão de obra em seu baixo custo. O trabalho autônomo também entra nessa lógica.¹⁶ Ele não está desvinculado de amplas esferas sociais em estreita vinculação com macroprocessos culturais, tanto da sociedade hospedeira quanto dos imigrantes em geral; pode se transformar também num setor que maximiza fatores objetivos na esfera do trabalho, como também simbólicos, pois pode promover certo distanciamento e/ou aproximação entre conacionais, bem como ser um fator de rompimento de certos estigmas e estereótipos em torno de etnicizações de imigrantes. Claro que, dependendo do trabalho, a atividade independente/autônoma pode até fortalecer as estereotípias.



Fonte: João Carlos Tedesco.

Figura 4 - Minimercado em Verona, onde pode se encontrar produtos “bra-sileiros”. Vê-se ao alto a bandeira do Brasil

Considerações finais

O horizonte empresarial, por desenvolver processos de troca entre imigrantes (de várias nacionalidades) e autóctones, acaba produzindo um certo *multiculturalismo pragmático*, movido pela dinâmica econômica. Porém, voltamos a afirmar, essa realidade não é tão harmônica, nem expressa facilidade de inserção para todos os imigrantes. Praticamente todos os entrevistados, e mesmo para aqueles com quem conversávamos aleatoriamente (recebemos muitas informações por telefone, *e-mail* também, inclusive com informantes que pediram para não serem identificados), afirmaram que enfrentaram, e continuam enfrentando muitas dificuldades, em especial as ligadas ao crédito, ao exagero de burocracia e de garantias exigidas, dos juros altos, envolvimento e risco de envolver familiares (alguns deixaram “bons empregos” tanto no Brasil quanto na Itália) e recursos da família, de amigos, de parentes e conhecidos no Brasil, a pressão da fiscalização sobre os empreendedores imigrantes – “parece que não querem concorrentes, imigrantes é pra ser pau man-dado e deu” –, o problema da confiança em relação aos conacionais, as responsabilidades familiares, o risco de jogar por terra anos de vida e de poupança construída no cenário migratório e de voltar para casa com “as mãos vazias”. Alguns até nos disseram que, no fundo, não são empreendedores, não se julgam tanto isso, mas autônomos, que adotaram estratégias de autoemprego. É comum essa estratégia em meio aos imigrantes de uma forma em geral para fugir da desocupação e/ou condição marginal laboral.¹⁷

Vimos que a imigração possui uma cadeia de vínculos interespaciais, ou seja, há os que migram e os que ficam; ganha-se dinheiro num lugar e pensa-se em utilizá-lo em outro. A questão da distância física, a possibilidade de rompimento de alianças afetivas e culturais em ambos os espaços, os vínculos nostálgicos entre a área de origem e a de destino atual fazem da presença de imigrantes um horizonte de desenvolvimento de uma dialética entre territórios econômicos, sociais e culturais.¹⁸

Nesse sentido, os mercados para negócios étnicos são fragmentados e intensamente competitivos; os recursos étnicos são bastante associados ao capital social de muitos dos que estão envolvidos e do sistema de redes de conacionais como um todo. Por isso, as redes sociais se conectam no interior das comunidades de nacionais e podem desenvolver processos solidários e de ajuda mútua, como também produzir inveja, conflitos de convivência.

O trabalho autônomo pode se tornar, talvez, o único processo alternativo para sair do horizonte precarizador, desqualificado e submerso do trabalho imigrante.¹⁹

Competências profissionais são adquiridas, ocupações são viabilizadas, porém permanecem inúmeras dificuldades.²⁰

Não dá para perder de vista múltiplos aspectos, como a globalização econômica, as redes, a ativação de capital humano, social e cultural, a presença e o pertencimento em duas sociedades e espaços, as famílias dos imigrantes, a profissionalização, o transnacionalismo mercantil e simbólico, as redes de produção e de distribuição, os deslocamentos de empresas (empreendimentos transnacionais), a integração no tecido social e econômico dos imigrantes na Itália, as potencialidades dos imigrantes em conectar-se e integrar-se reciprocamente.



Foto: Flávio Boscheto.

Figura 5 - Brasileiros montam empresas prestadoras de serviço no meio rural; a confecção de parreirais e seus cuidados em todo o processo produtivo em algumas regiões do Norte e Nordeste da Itália recebem a identificação de "lavori di brasiliani"; são vários os imigrantes que estruturam empresas, servindo-se da abundância de oferta de força de trabalho de conacionais para prestar serviços nesse setor

Self-employment and entrepreneurship in the context of international migration: Brazil workers in Italy

Abstract

The text analyzes some entrepreneurial strategies of Brazilian immigrants in Italy. It focuses on self-employment and the structuring of small business that provide services. The central text shows the importance of ethnic networks and the possibility of social mobility for immigrants through entrepreneurship.

Key words: Immigrants. Entrepreneurship. Social network.

Autoempleo y el espíritu empresarial en el escenario de la migración internacional: los trabajadores brasileños en Italia

Resumen

El documento analiza algunas de las estrategias empresariales de los inmigrantes brasileños en Italia, se centra en la estructuración de empleo por cuenta propia y pequeños proveedores de servicios empresariales. El eje central del texto demuestra la importancia de las redes étnicas y la posibilidad de movilidad social de los inmigrantes a través del emprendimiento.

Palabras clave: Espíritu emprendedor de inmigrantes. Las redes sociales.

Notas

- ¹ VENETO LAVORO (a cura di). *Il mercato del lavoro nel Veneto*. Rapporto 2006. Milano: Franco Angeli, 2006. p. 339-361.
- ² Ver MIRANDA, A. Domestiche straniere e datrici di lavoro autoctone. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XXXIX, n. 148, p. 859-879, 2001. Ver também LA ROSA, M.; ZANFRINI, L. (a cura di). *Percorsi migratori tra reti etniche, istituzioni e mercato del lavoro*. Milano: Angeli-ISMU, 2003.
- ³ AMBROSINI, M. *Sociologia delle migrazione*. Bologna: Il Mulino, 2005. p. 109.
- ⁴ AMBROSINI, M.; BOCCAGNI, P. Lavoro autonomo e piccole imprese come canali di integrazione dal basso degli immigrati: il caso della provincia di Trento. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XLIII, n. 163, p. 739-757, 2006.
- ⁵ AMBROSINI, M. Immigrati e lavoro indipendente. In: *Secondo rapporto sull'integrazione degli immigrati in Italia*. Bologna: Il Mulino, 2001. p. 369-373.
- ⁶ Ver FILIPPI, V. Quando gli immigrati diventano imprenditori: la realtà dell'artigianato in Veneto e a Treviso. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XXXVIII, n. 144, p. 811-829, 2001.
- ⁷ CECCAGNO, A. (a cura di). *Migranti a Prado*. Il distretto tessile multietnico. Milano: Franco Angeli, 2003.
- ⁸ AMBROSINI, M. Lavorare nell'ombra. L'inserimento degli immigrati nell'economia informale. *Quaderni ISMU*, Roma, n. 10, p. 134-158, 1997.
- ⁹ SASSEN, S. *Migranti, coloni, rifugiati*. Dall'emigrazione di massa alla fortezza Europa. Milano: Feltrinelli, 1999.
- ¹⁰ MACIOTI, I. et al. *Migrazioni al femminile*. Macerata: EUM, 2006.
- ¹¹ MARTES, A. C. B. A emigração brasileira e os pequenos empresários. In: CNPD (Comissão Nacional de População e Desenvolvimento). *Migrações internacionais: contribuições para políticas*. Brasília: MRE, 2001, p. 375-393, cit., p. 378.
- ¹² AMBROSINI, M. (a cura di). *Intraprendere fra due mondi*. Il transnazionalismo economico degli immigrati. Bologna: Il Mulino, 2009.
- ¹³ VILLOSIO, C. *L'immigrazione che intraprendere: nuovi attori economici a Torino*. Torino: Fieri, 2008.
- ¹⁴ FONDAZIONE ETHNOLAND. *Immigrati imprenditori in Italia*. Roma: Edizione Idos, 2009.
- ¹⁵ Material que nos foi generosamente fornecido pela Câmara e Comércio de Verona em Janeiro de 2009.
- ¹⁶ MARTINELLI, M.; LODIGIANI, R. *Dentro e oltre i post-fordismo*. Impresa e lavoro in mutamento tra análise teórica e pesquisa empírica. Milano: Vita e Pensiero, 2002.
- ¹⁷ AMBROSINI, M. *Sociologia...*, p. 235.
- ¹⁸ SOARES, W. *Da metáfora à substância: redes sociais, redes migratórias e migração nacional e internacional em Valadares e Ipatinga*. Belo Horizonte: UFMG, 2002. Tese Doutorado em Demografia. Ver também MAXINE, L. M. Na virada do milênio: a emigração para os Estados Unidos. In: MARTES, A. C. B.; FLEISHER, R. (Org.). *Fronteiras cruzadas*. São Paulo: Paz e Terra, 2003. p. 51-72.
- ¹⁹ Segundo o Dossier Statístico Migrazione de 2007, o Brasil é o sétimo país de maior envio de dinheiro da Itália; em 2006 atingiu a cifra de 115 milhões de euros; em 2009, foram enviados 345 milhões de euros, mais do que o dobro em três anos.
- ²⁰ DOTA, F. *Immigrati e lavoro autonomo*. Percorsi di inserimento a Roma. Torino: L'Harmattan Itália, 2007.

Referências

- AMBROSINI, M. (a cura di). *Intraprendere fra due mondi*. Il transnazionalismo economico degli immigrati. Bologna: Il Mulino, 2009.
- _____. Immigrati e lavoro indipendente. In: *Secondo rapporto sull'integrazione degli immi-grati in Italia*. Bologna: Il Mulino, 2001. p. 369-373.
- _____. Lavorare nell'ombra. L'inserimento degli immigrati nell'economia informale. *Qua-derni ISMU*, Roma, n. 10, p. 134-158, 1997.
- _____. *Sociologia delle migrazione*. Bologna: Il Mulino, 2005.
- AMBROSINI, M.; BOCCAGNI, P. Lavoro autonomo e piccole imprese come canali di integrazione dal basso degli immigrati: il caso della provincia di Trento. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XLIII, n. 163, p. 739-757, 2006.
- CECCAGNO, A. (a cura di). *Migranti a Prado*. Il distretto tessile multietnico. Milano: Franco Angeli, 2003.
- DOTA, F. *Immigrati e lavoro autônomo*. Percorsi di inserimento a Roma. Torino: L'Harmattan Itália, 2007.
- FILIPPI, V. Quando gli immigrati diventano imprenditori: la realtà dell'artigianato in Veneto e a Treviso. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XXXVIII, n. 144, p. 811-829, 2001.
- FONDAZIONE ETHNOLAND. *Immigrati imprenditori in Itália*. Roma: Edizione Idos, 2009.
- LA ROSA, M.; ZANFRINI, L. (a cura di). *Percorsi migratori tra reti etniche, istituzioni e mercato del lavoro*. Milano: Angeli-ISMU, 2003.
- MACIOTI, I. et al. *Migrazioni al femminile*. Macerata: EUM, 2006.
- MARTES, A. C. B. A emigração brasileira e os pequenos empresários. In: CNPD (Comissão Nacional de População e Desenvolvimento). *Migrações internacionais: contribuições para políticas*. Brasília: MRE, 2001. p. 375-393.
- MARTINELLI, M.; LODIGIANI, R. *Dentro e oltre i post-fordismo*. Impresa e lavoro in mutamento tra analisi teorica e ricerca empirica. Milano: Vita e Pensiero, 2002.
- MAXINE, L. M. Na virada do milênio: A emigração para os Estados Unidos. In: MARTES, A. C. B.; FLEISHER, R. (Org.). *Fronteiras cruzadas*. São Paulo: Paz e Terra, 2003. p. 51-72.
- MIRANDA, A. Domestiche straniere e datrici di lavoro autoctone. *Studi Emigrazione*, Roma, a. XXXIX, n. 148, p. 859-879, 2001.
- SASSEN, S. *Migranti, coloni, rifugiati*. Dall'emigrazione di massa alla fortezza Europa. Milano: Feltrinelli, 1999.
- SOARES, W. *Da metáfora à substância: redes sociais, redes migratórias e migração nacional e internacional em Valadares e Ipatinga*. Belo Horizonte: UFMG, 2002. Tese de Doutorado em Demografia.
- VENETO LAVORO (a cura di). *Il mercato del lavoro nel Veneto*. Rapporto 2006. Milano: Franco Angeli, 2006. p. 339-361.
- VILLOSIO, C. *L'immigrazione che intraprendere: nuovi attori economici a Torino*. Torino: Fieri, 2008.