



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA RURAL  
BACHARELADO EM GASTRONOMIA

STEPHANY MARIA DE OLIVEIRA LIMA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO NA GASTRONOMIA: CULTURA,  
RESISTÊNCIA E IDENTIDADE EM UM RESTAURANTE DO RECIFE**

Recife  
2026

STEPHANY MARIA DE OLIVEIRA LIMA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO NA GASTRONOMIA: CULTURA,  
RESISTÊNCIA E IDENTIDADE EM UM RESTAURANTE DO RECIFE**

Trabalho de Conclusão de Curso que apresenta à Coordenação do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientador: Ericka Maria De Melo Rocha  
Calabria

Coorientador: Elizabeth Regina Tscha

Recife  
2026

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE  
Bibliotecário(a): Suely Manzi – CRB-4 809

L732a Lima, Stephany Maria de Oliveira.  
Afroempreendedorismo feminino na gastronomia:  
cultura, resistência e identidade em um restaurante do  
Recife / Stephany Maria de Oliveira Lima. – Recife, 2026.  
51 f.; il.

Orientador(a): Ericka Maria de Melo Rocha Calabria.  
Co-orientador(a): Elizabeth Regina Tscha.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) –  
Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado  
em Gastronomia, Recife, BR-PE, 2026.

Inclui referências.

1. Gastronomia . 2. Ancestralidade  
. 3. Empoderamento. 4. Empreendedorismo 5.  
Culinária brasileira - Influências africanas. I. Calabria,  
Ericka Maria de Melo Rocha, orient. II. Tscha, Elizabeth  
Regina, coorient. III. Título

CDD 641.013

STEPHANY MARIA DE OLIVEIRA LIMA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO NA GASTRONOMIA: CULTURA,  
RESISTÊNCIA E IDENTIDADE EM UM RESTAURANTE DO RECIFE**

Trabalho de Conclusão de Curso que apresenta à Coordenação do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Aprovado(a) em:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ericka Maria De Melo Rocha Calabria (Orientadora)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

---

Prof. Dr. Bruno Celso Vilela Correia (Examinador Interno)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Iraê De Souza Correa (Examinadora Interna)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, que nunca soltaram a minha mão. Vocês estiveram presentes em cada passo dessa caminhada, torcendo, acreditando e me fortalecendo mesmo nos momentos em que eu mesma duvidei. Sem o amor, o apoio e a força de vocês, eu não estaria concluindo este curso. Essa conquista também é de vocês.

Agradeço à minha família Lima e Oliveira, que sempre me acolheu e me incentivou desde a escolha pela Gastronomia até o encerramento dessa trajetória. O carinho de ser chamada de “chef” em cada encontro familiar tornou o caminho mais leve e reafirmou minhas escolhas. Sou profundamente grata por todo o apoio e por celebrarem cada prato que preparo. Em especial, às minhas tias Lúcias, que despertaram em mim a paixão pela cozinha e me ensinaram que cozinhar é também um gesto de amor.

À minha amiga de infância Stefany, que, independentemente das circunstâncias, esteve ao meu lado, oferecendo apoio, conselhos sinceros e até puxões de orelha quando necessário. Ao meu irmão Marcos, que sempre acreditou em mim, me incentivou a seguir em frente e esteve presente para levantar minha cabeça nos momentos mais difíceis.

Aos meus amigos de curso, que abracei desde o início dessa jornada, sem vocês a rotina universitária não teria sido a mesma. Foram risadas, desafios, aprendizados e inúmeras histórias que levarei para sempre no coração. Em especial, agradeço a Nathalya, Vinícius, Gabriela, Cláudio, Aryel, Lucas e Miriam, por tornarem essa caminhada mais leve e significativa.

Ao meu namorado, Guilherme, que esteve comigo em todos os momentos, acolhendo meus choros, inseguranças e surtos durante a realização deste trabalho. Obrigada pela paciência, pelo cuidado e por nunca deixar de me incentivar a chegar até o final.

Por fim, agradeço imensamente a Elizabeth Tscha e Ericka Rocha, pela paciência, sensibilidade e orientação ao longo de todo o processo. O apoio de vocês foi fundamental para a construção deste trabalho, que se tornou muito mais do que uma exigência acadêmica, mas um reflexo da minha trajetória, das minhas escolhas e dos meus afetos.

## RESUMO

Nos últimos anos o afroempreendedorismo têm ganho números expressivos, por meio da abertura de negócios próprios, sendo o setor de serviços de alimentação uma das principais possibilidades de empreendimentos e cabendo às mulheres forte atuação. Este trabalho tem como objetivo analisar como o afroempreendedorismo feminino no ramo gastronômico se estabelece como um mecanismo de resistência cultural, protagonismo feminino e valorização da ancestralidade da culinária afrobrasileira. Para isso realiza-se uma pesquisa bibliográfica e um estudo de caso em um restaurante do Recife para investigar como as práticas culinárias de origem africana são reinterpretadas no cenário atual, conectando cultura, identidade, religiosidade e empreendedorismo. A pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa, empregando procedimentos que englobam a análise de publicações online, observação direta no local e avaliação de comentários em plataformas digitais. Os resultados mostram que a culinária afro-brasileira vai além do aspecto alimentar, assumindo uma função simbólica e política, atuando como um veículo para a transmissão de conhecimentos ancestrais que foram historicamente preservados por mulheres negras. Nesse cenário, o protagonismo feminino se evidencia tanto na gestão do negócio quanto na transmissão dos saberes culinários, destacando o papel fundamental das mulheres negras na formação da gastronomia brasileira. Pode-se concluir que o empreendedorismo gastronômico afrocentrado é uma estratégia de resistência às hierarquias raciais e de gênero, além de promover a valorização cultural, a visibilidade social e as disputas simbólicas no campo da gastronomia. A pesquisa destaca a relevância de reconhecer o afroempreendedorismo feminino tanto como uma atividade econômica quanto como uma ação política e cultural.

**Palavras-chave:** gastronomia afro-brasileira; ancestralidade; protagonismo feminino; empreendedorismo.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>9</b>
2.1. OBJETIVO GERAL	9
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
<b>3. METODOLOGIA</b>	<b>10</b>
<b>4. AFROEMPREENDEDORISMO GASTRONÔMICO FEMININO COMO ESTRATÉGIA DE RESISTÊNCIA</b>	<b>13</b>
4.1. EMPREENDEDORISMO	13
4.2. AFROEMPREENDEDORISMO	15
4.3. PROCESSO EMPREENDEDOR	20
<b>5. ESTUDO DE CASO: RESTAURANTE ALTAR COZINHA ANCESTRAL</b>	<b>23</b>
5.1 DELIMITAÇÃO TEMPORAL E CORPUS DE ANÁLISE	24
5.2 ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DIGITAIS: CATEGORIAS TEMÁTICAS	25
5.2.1 VALORIZAÇÃO DA CULINÁRIA ANCESTRAL E DOS PRATOS DO CARDÁPIO	26
5.2.2 TRANSMISSÃO DE SABERES E PROTAGONISMO FEMININO	29
5.2.3 RECONHECIMENTO INSTITUCIONAL E VISIBILIDADE MIDIÁTICA	31
5.2.4 LETRAMENTO CULTURAL E EDUCAÇÃO DO PÚBLICO	33
5.2.5 ENFRENTAMENTO AO PRECONCEITO E À INTOLERÂNCIA RELIGIOSA	35
5.3. OBSERVAÇÃO DIRETA IN LOCO	36
5.4. AVALIAÇÕES EM PLATAFORMAS DIGITAIS: GOOGLE AVALIAÇÕES E TRIPADVISOR	39
5.5. PARTICIPAÇÃO DE CARMEM VIRGÍNIA EM PROGRAMAS DE TELEVISÃO E O FORTALECIMENTO DO AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO	41
<b>6. CONCLUSÃO</b>	<b>44</b>
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>46</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como um fenômeno crescente no Brasil, ganhando destaque nos últimos anos, especialmente em tempos de crise econômica e transformações globais, impulsionado por uma crescente busca por alternativas de sustento, inovação e diferenciação no mercado. No Brasil, as dificuldades econômicas vivenciadas nas últimas décadas, como a recessão de 2015, levaram a um aumento significativo no número de empreendedores, com um expressivo número de brasileiros buscando novas oportunidades de negócios para driblar o desemprego e as limitações econômicas (GEM, 2023).

Em 2023, de acordo com dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o Brasil alcançou a 8ª posição no ranking global de empreendedorismo, com 30,1% da população adulta engajada em atividades empreendedoras (GEM, 2023). Dentro dessa porcentagem, 52,4% dos proprietários de negócios no Brasil eram pessoas autodeclaradas pretas ou pardas, representando cerca de 15,2 milhões de pessoas em um universo de 29,3 milhões de empreendedores. Estes números destacam a expressiva participação da comunidade negra no cenário empresarial do Brasil, evidenciando um crescente protagonismo no setor (Agência Sebrae, 2023).

Embora representem a maioria entre os empreendedores, essa camada da população ainda lida com desafios significativos, como acesso limitado ao crédito, salários mais baixos e níveis de instrução mais baixos em relação aos empreendedores brancos. Isso indica desigualdades estruturais que ainda persistem no ambiente de negócios do Brasil (Agência Sebrae, 2023).

Nesse contexto surge o afroempreendedorismo, entendido não apenas como criação de negócios, mas também como um movimento de afirmação identitária, resistência cultural e fortalecimento econômico. A área da gastronomia, em particular, tornou-se um terreno fértil para esse processo, especialmente em um país com a segunda maior população negra fora do continente africano, como observa Moraes *et al.* (2015).

Além disso, Gonzalez (2020) e Alves (2025) argumentam que a cultura alimentar afro-brasileira, que historicamente foi negligenciada e desvalorizada na formação da identidade, representa um campo essencial de memória, resistência e afirmação cultural. Nesse cenário, o afroempreendedorismo gastronômico surge

tanto como uma opção econômica quanto como uma ação política que valoriza os conhecimentos tradicionais. Isso garante a preservação dessas heranças culturais, ao passo que cria novas oportunidades de geração de renda e autonomia para mulheres negras.

As mulheres negras desempenham um papel central nesse contexto, não apenas como empreendedoras, mas como guardiãs e transmissoras de tradições culturais, especialmente no campo gastronômico. O afroempreendedorismo feminino no Brasil tem crescido significativamente, como aponta o estudo do GEM (2023), que indica um aumento no número de mulheres negras engajadas no mundo dos negócios, embora ainda enfrentam desafios como a dificuldade de acesso ao crédito e a sobrecarga de trabalho doméstico.

Como registrou Freyre (2006), foram elas que, mesmo em situação de subalternidade, transmitiram técnicas, temperos e práticas que moldaram a gastronomia brasileira. Exemplos como as baianas do acarajé evidenciam como o trabalho dessas mulheres ultrapassa a dimensão econômica, tornando-se um símbolo de resistência e de valorização cultural. Essa representatividade é reconhecida formalmente pelo Estado, com o registro do Ofício das Baianas do Acarajé como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil, que assevera a essa prática a proteção que cabe ao patrimônio cultural brasileiro (IPHAN, 2005).

Dessa forma, o afroempreendedorismo feminino, especialmente no campo gastronômico, não é apenas uma resposta às necessidades econômicas, mas uma afirmação cultural e social, desempenhando um papel crucial na preservação e no fortalecimento da cultura afro-brasileira. O crescimento desse movimento reflete a resiliência e a criatividade da população negra, que, ao enfrentar desafios históricos e contemporâneos, continua a construir novos caminhos para o empreendedorismo e a valorização de suas tradições.

Nesse cenário, ações como o Projeto Brasil Afroempreendedor, uma colaboração entre o Sebrae e o Instituto Adolpho Bauer, visam fortalecer os empreendedores negros através de treinamento técnico, incentivo ao protagonismo e promoção da economia inclusiva. Isso vem a impulsionar não apenas a economia, mas também reafirma identidades, reconstrói narrativas e incentiva a autonomia de comunidades negras, que historicamente foram excluídas dos espaços formais de poder e decisão.

Mesmo diante de inúmeros obstáculos, essas mulheres continuam a afirmar suas identidades por meio de saberes ancestrais que resistem ao tempo e às tentativas de apagamento. Iniciativas como o Ojá Afro Sesc, em Recife, com suas feiras, oficinas e ações de incentivo à economia do *black money*, demonstram como o afroempreendedorismo feminino tem se reinventado e ocupando novos espaços de expressão e comercialização.

Diante disso, faz-se necessário se debruçar sobre essa problemática para compreender de que forma o afroempreendedorismo feminino, especialmente no campo da gastronomia, atua como ferramenta de resistência cultural, promoção da identidade afro-brasileira e transformação social?

Com isso, busca-se contribuir para o reconhecimento da importância da cultura alimentar de matriz africana na formação da identidade brasileira, bem como para a valorização das mulheres negras como protagonistas no cenário empreendedor. A importância deste assunto está na necessidade de destacar as atividades empreendedoras de mulheres negras, que empregam a culinária como ferramenta para reestruturar suas trajetórias sociais e econômicas. A pesquisa também é importante por contribuir para o debate acerca das disparidades raciais e de gênero no mercado de trabalho e na economia, destacando a necessidade de políticas governamentais que promovam e valorizem o afroempreendedorismo.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. OBJETIVO GERAL

Analisar como o afroempreendedorismo feminino no ramo gastronômico se estabelece como um mecanismo de resistência cultural, protagonismo feminino e valorização da ancestralidade da culinária afrobrasileira.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar a gastronomia afro-brasileira como meio de expressão cultural e de afirmação da identidade negra no contexto do afroempreendedorismo feminino;
- Investigar o restaurante Altar Cozinha Ancestral como iniciativa gastronômica além da lógica mercadológica;
- Analisar os conflitos existentes entre as exigências do mercado gastronômico e os princípios da cozinha ancestral;
- Compreender o papel do afroempreendimento gastronômico na valorização da culinária afrobrasileira;
- Identificar a valorização dos conhecimentos culinários ancestrais transmitidos por mulheres negras como base das práticas empreendedoras do Altar Cozinha Ancestral.

### 3. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, pois visa entender os significados, práticas, valores simbólicos e estratégias desenvolvidas no contexto do afroempreendedorismo feminino na gastronomia, levando em conta seus elementos culturais, identitários e sociais. A abordagem qualitativa se mostrou apropriada, pois possibilita uma análise detalhada de fenômenos sociais complexos, nos quais a experiência, a memória, a ancestralidade e a subjetividade têm um papel fundamental.

Em relação aos métodos técnicos empregados neste estudo, escolheu-se conduzir um estudo de caso focado no restaurante Altar Cozinha Ancestral, empreendimento liderado pela chef pernambucana Carmem Virgínia, natural do bairro de Santo Amaro, em Recife (PE).

A escolha do caso baseia-se na importância da carreira profissional e simbólica da chefe para entender o afroempreendedorismo gastronômico como uma forma de resistência cultural e afirmação da identidade. Carmem Virgínia, formada em Tecnologia em Gastronomia pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de Pernambuco (SENAC/PE) em 2010, construiu uma carreira notável ao atuar em restaurantes renomados no cenário pernambucano e colaborar com chefs de destaque nacional, o que lhe rendeu reconhecimento técnico e visibilidade no campo gastronômico.

No entanto, além de sua formação acadêmica e experiência profissional, o estudo de caso destaca a conexão entre conhecimentos técnicos e saberes tradicionais de matriz africana, que são aprendidos e transmitidos oralmente, particularmente no âmbito das casas religiosas afro-brasileiras. Ao adotar o papel de Yabassé, a chef combina culinária, religiosidade e ancestralidade, estabelecendo o restaurante como um local para produção gastronômica, além de ser um espaço para afirmação cultural, memória e identidade.

A análise de conteúdo, conforme sugerido por Bardin (2016), foi utilizada para analisar os dados coletados. Essa abordagem envolve um conjunto de técnicas sistemáticas e objetivas para descrever o conteúdo das mensagens, possibilitando a inferência de informações sobre as condições de produção e recepção dessas mensagens.

Segundo a autora, a análise de conteúdo ocorre em três etapas essenciais: (i) pré-análise, que envolve a organização e leitura inicial do material; (ii) exploração do material, fase em que estabelecem categorias temáticas e unidades de registro; e (iii) tratamento dos resultados, inferências e interpretação, etapa na qual os dados são examinados criticamente para entender os sentidos e significados contidos nos discursos.

Dessa forma, aplicar a análise de conteúdo de Bardin (2016) permite uma leitura mais aprofundada dos dados qualitativos, favorecendo a compreensão das práticas, narrativas e representações do afroempreendedorismo gastronômico feminino, alinhando-se aos objetivos traçados pela pesquisa.

A coleta de dados foi realizada utilizando diversas fontes, uma abordagem que auxilia no aprofundamento da análise e na triangulação das informações, reforçando a validade do estudo. Os seguintes métodos foram empregados:

#### a) Pesquisa bibliográfica

A análise foi embasada teoricamente por meio de uma pesquisa bibliográfica, utilizando obras e artigos acadêmicos que abordam temas como afroempreendedorismo, identidade negra, ancestralidade, patrimônio cultural e gastronomia afro-brasileira. Nesse contexto, as contribuições teóricas de Gonzalez (2020), Freyre (2006), Bourdieu (1986; 2007), Alves (2025), Martins e Almeida (2019) e Gil (2002) são notáveis, pois ajudam a entender a culinária como um meio de transmissão de conhecimentos, resistência cultural e afirmação da identidade, especialmente protagonizada por mulheres negras.

#### b) Pesquisa documental

A pesquisa documental abrangeu a avaliação de materiais institucionais e públicos vinculados ao Altar Cozinha Ancestral entre janeiro de 2024 até março de 2025, incluindo reportagens, matérias publicadas em portais de notícias (CNN Brasil, Diário de Pernambuco e Folha de Pernambuco), documentos simbólicos do negócio (cardápio físico e digital) e conteúdos institucionais compartilhados pelo restaurante. Com esses documentos, foi possível entender a narrativa pública do

empreendimento, sua história, seus princípios e o reconhecimento oficial como Patrimônio Cultural e Gastronômico de Recife.

### c) Análise de conteúdo digital

Uma análise qualitativa das postagens do perfil oficial do restaurante no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) foi conduzida, abrangendo o período de janeiro de 2024 a outubro de 2025. Foram examinadas postagens permanentes do feed, desconsiderando-se os stories devido à sua natureza passageira. Foram identificadas publicações audiovisuais e textuais que tratam de pratos do cardápio, processos culinários, histórias sobre ancestralidade, reconhecimento institucional, declarações públicas e episódios de combate ao preconceito religioso.

As publicações foram agrupadas em categorias de temas, como:

- (i) reconhecimento da gastronomia ancestral;
- (ii) compartilhamento de conhecimentos e empoderamento feminino;
- (iii) reconhecimento por instituições e destaque na mídia;
- (iv) letramento cultural e instrução do público;
- (v) combate a estigmas e intolerância religiosa.

### d) Observação direta in loco

O estudo incluiu uma visita para observação direta no local, realizada no restaurante Altar Cozinha Ancestral, localizado na cidade de Recife, no dia 04/01. O objetivo da visita foi analisar elementos relacionados ao espaço físico, à ambientação, ao atendimento, à dinâmica do serviço e à experiência gastronômica proporcionada ao público. A observação foi realizada durante o funcionamento normal do estabelecimento e possibilitou uma interação direta com o objeto de estudo, facilitando a compreensão de como a ancestralidade, a identidade cultural e os valores simbólicos do afroempreendimento se manifestam no dia a dia do restaurante. Esse procedimento auxiliou na compreensão empírica do afroempreendimento gastronômico em questão, complementando as informações coletadas por meio de avaliações em plataformas digitais e reforçando a análise qualitativa sugerida pelo estudo.

A análise dos dados coletados de diversas fontes foi realizada de maneira integrada, com base no referencial teórico adotado. Isso possibilitou entender como o Altar Cozinha Ancestral se estabelece como um afroempreendimento feminino que conecta economia, cultura, religiosidade e identidade negra, funcionando ao mesmo tempo como um negócio gastronômico e um espaço de resistência cultural.

#### **4. AFROEMPREENDEDORISMO GASTRONÔMICO FEMININO COMO ESTRATÉGIA DE RESISTÊNCIA**

##### **4.1. EMPREENDEDORISMO**

Empreender pode ser entendido como o processo de converter ideias em oportunidades e ações concretas, engajando pessoas e processos focados na criação de novos negócios e na geração de valor (Dornelas, 2015). De acordo com Dolabela (2008), o empreendedorismo se trata de uma manifestação cultural resultante de competências, hábitos e princípios individuais e refere-se a uma forma de ser, uma visão de mundo, um modo de interagir. É um fenômeno que desempenha um papel crucial na dinâmica econômica de um país, promovendo inovação, geração de empregos e desenvolvimento social. Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la.

O século XX foi um período de significativas transformações, caracterizado por inovações que mudaram radicalmente o estilo de vida das pessoas. Essas inovações resultam da visão empreendedora que busca constantemente a inovação e a construção de legados. Segundo Jeffry Timmons (1990) “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais que a revolução industrial foi para o século XX.” O papel dos empreendedores é essencial na sociedade atual, especialmente em um contexto de avanços tecnológicos que demandam a formalização do conhecimento e a adoção de novos paradigmas. Isso contribui para a globalização e a renovação dos conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho, empregos e gerando riqueza para sociedade.

No âmbito do empreendedorismo, existem duas categorias: o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade. O empreendedorismo por oportunidade se refere àqueles que começam um empreendimento com o objetivo de explorar uma oportunidade de mercado, geralmente impulsionados por elementos como inovação, aspiração à independência e potencial de lucro. Por outro lado, o empreendedorismo por necessidade engloba aqueles que se tornam empreendedores por falta de opções de trabalho ou para aumentar a renda familiar (GEM, 2024, p. 15).

A dinâmica do empreendedorismo por necessidade sofreu uma inversão de tendência entre 2023 e 2024. O ano de 2023 foi marcado por uma redução expressiva de 8,7 pontos percentuais (p.p.) na proporção de empreendedores por necessidade, que caiu de 47,3% para 38,6%. Contudo, no ano seguinte (2024), essa tendência foi revertida, registrando um aumento de 6,1 p.p. Como resultado, cerca de 45% dos empreendedores em estágio inicial iniciaram seus negócios motivados pela ausência de alternativas de trabalho ou pela busca por maior renda. Essa oscilação positiva é, em grande parte, reflexo da maior inserção de grupos vulneráveis na atividade empreendedora, o que inclui a ampliação da participação de mulheres, pessoas mais velhas e indivíduos com baixa escolaridade e baixa renda no universo dos novos negócios (GEM, 2024, p. 15).

Segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) no Brasil, um indicador que mede a participação da população adulta em atividades empreendedoras, tanto formais quanto informais, atingiu 33,4% em 2024. Isso demonstra que o empreendedorismo se consolidou como uma estratégia econômica e social no cenário recente do país. Tal crescimento pode ser explicado pelo fato de que nos anos recentes, o Brasil passou por diversos esforços de estabilização econômica, enquanto lidava com os obstáculos trazidos pela globalização. Desde 2015, a economia brasileira passou por um período desafiador, com uma queda de 3,5% no PIB (IBGE, 2017)

Um dos impactos desse cenário foi o crescimento da taxa de desemprego, refletido nas dificuldades enfrentadas pelas empresas e na diminuição da atividade econômica. Esse aumento do desemprego foi, em grande parte, resultado das demissões em massa que ocorreram durante a recessão econômica (IBGE, 2018). Com a falta de oportunidades de trabalho formais, muitas pessoas começaram a

empreender por necessidade, geralmente sem ter capital financeiro ou experiência anterior no setor, como uma forma de garantir o sustento diário (GEM, 2019).

Segundo um estudo do GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, realizado em 2023, o país continua a se destacar no cenário global, e no que diz respeito à taxa de empreendedorismo, o Brasil está na 8ª colocação global, com 30,1% da população adulta engajada em atividades empreendedoras. Adicionalmente, o país avançou duas colocações no Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI), estando atualmente na 46ª posição no ranking mundial. Essa alta taxa de empreendedorismo indica que um número crescente de brasileiros enxerga o empreendedorismo como um estilo de vida e um meio de atingir suas metas pessoais.

Nesse sentido, nota-se que a área da alimentação tem um enorme potencial para o empreendedorismo. De acordo com a Redirection International (2024), o setor de *foodservice* no Brasil deve crescer em média 7% ao ano até 2028, superando a taxa histórica e consolidando a área como um dos segmentos de maior expansão no país.

#### 4.2. AFROEMPREENDEDORISMO

A gastronomia brasileira é rica e diversificada, fruto de uma mistura de ingredientes e técnicas europeia, indígena e africana. Muitos componentes das receitas e técnicas de preparo são de origem indígena, tendo sofrido modificações por parte dos portugueses e dos povos escravizados oriundos da África (Tomazoni, 2017).

O Brasil abriga a segunda maior população negra fora do continente africano. Nenhum país não-africano concentra em seu território a quantidade de negras e negros que o Brasil, em sua diversidade étnica, tem o privilégio de abrigar. Levando em consideração os povos de países africanos, só a Nigéria supera o Brasil (MORAES et al., 2015)

Para entender a formação da culinária brasileira, é preciso levar em conta a significativa influência dos povos africanos trazidos ao Brasil durante o período colonial. Embora sua presença tenha sido forçada, eles deixaram contribuições fundamentais nos conhecimentos culinários e nas tradições alimentares que viriam a dar origem a diversas cozinhas no país (Neves & Oliveira, 2021).

O desenvolvimento de ingredientes e técnicas de preparo ao longo desse período teve um papel crucial na formação da base da gastronomia brasileira. A comida não era apenas sustento, mas também uma expressão vívida da resiliência e cultura dos africanos no Brasil. Além do trabalho árduo e braçal de cuidar das plantações e domesticação de animais nas terras dos senhorios, as mulheres negras eram vendidas e usadas para serem as “amas de leite” dos filhos dos homens brancos. Eram vistos com frequência em anúncios de jornais como “Preta, com muito bom leite, prendada e carinhosa”.

Segundo Gilberto Freyre (2006) em seu livro *Casa Grande & Senzala*, culturalmente as amas de leite, mucamas e “bás” deixaram marcas profundas na história da família brasileira, tendo em vista que na sociedade escravocrata, as mulheres negras escravizadas desempenhavam papéis essenciais na alimentação das famílias brancas.

A figura boa da ama negra que, nos tempos patriarcais, criava o menino lhe dando de mamar, que lhe embalava a rede ou o berço, que lhe ensinava as primeira palavras de português errado, o primeiro “padre-nosso”, a primeira “ave-maria”...lhe dava na boca o primeiro pirão com carne “molho de ferrugem”, ela própria amolegando a comida (Freyre, 2001, p.391).

Freyre (2006) observa, ainda, como as escravas traziam consigo a herança cultural africana para a cozinha das casas-grandes, influenciando profundamente a gastronomia da elite, muitas vezes de maneira invisível ou não reconhecida. Elas não só estavam “nutrindo” fisicamente os filhos das famílias brancas, mas também transmitindo, de maneira sutil, aspectos culturais e alimentares da cultura negra.

As tradições culturais africanas tiveram um impacto significativo nos sabores encontrados na culinária de várias regiões do Brasil e nas práticas e símbolos que compõem a sua comensalidade, estando profundamente incorporados na cultura brasileira.

É conhecido por estudos históricos anteriores (Soares, 1996) que as negras de ganho, também conhecidas como negras ganhadeiras e/ou vendedoras, atuavam no comércio nas cidades do Brasil colonial. Com seu trabalho e suas iguarias, elas geraram lucros para seus senhores e senhoras. Dessa maneira, elas carregavam em seus tabuleiros a força e a bravura intrínsecas ao empreendedorismo. Não raro, elas se dedicavam tanto aos seus negócios que os

lucros também eram usados para ajudar na libertação de outras escravas e outros escravos (Soares, 1996).

Com base nesses dados, percebe-se que as mulheres negras sempre tiveram uma visão empreendedora para suprir suas necessidades. Dados mais recentes da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2023, apontam que as mulheres constituem 54,6% dos 47,7 milhões de potenciais empreendedores brasileiros que planejam entrar no mercado até 2026. Esta é uma alteração relevante em comparação com 2022, período em que os homens lideravam com 55% deste grupo.

E dentro desse estudo também ressalta que 49,8% dos empreendedores se identificam como negros, evidenciando a diversidade do afroempreendedorismo feminino. A maior parte das mulheres empreendedoras têm entre 30 e 39 anos e se concentra principalmente no setor de serviços (55,9%). Embora a presença feminina esteja aumentando, as empreendedoras ainda lidam com desafios consideráveis, como a dificuldade de obter crédito e a sobrecarga de trabalho doméstico. Além disso, o mercado ainda é amplamente dominado por homens, com uma taxa de participação masculina de 66,1% em comparação a 33,9% feminina. Esses dados destacam não apenas o aumento da presença feminina no empreendedorismo brasileiro, mas também a necessidade de políticas públicas que apoiem essas mulheres em sua jornada empreendedora.

É importante destacar que dentro da diversidade do empreendedorismo feminino, onde o maior percentual das empreendedoras se identificam como negras, existe a modalidade específica do afroempreendedorismo feminino no qual o negócio ou serviço é desenvolvido para satisfazer as demandas da comunidade negra. É possível afirmar que o empreendedorismo afro representa uma autoafirmação de suas etnias, trazendo com ele suas origens, tradições e criatividade (Silva, 2017). Engloba não só a fundação de empresas por pessoas negras, mas também a procura por soluções que satisfaçam as demandas específicas da comunidade negra. Essa perspectiva destaca a relevância da identidade cultural e da inovação.

O afroempreendedorismo tem se destacado como um fenômeno crescente no Brasil, refletindo a luta e a resiliência da população negra em um ambiente empresarial muitas vezes desafiador. Segundo as pesquisas da Agência Sebrae de

2023, apenas 20% dos afroempreendedores possuem CNPJ, o que limita suas oportunidades de acesso a crédito e mercados formais.

Segundo Martins e Santos (2013), é notório que grande parte dos afroempreendedores não possuem experiência prévia em administração, faltando conhecimento teórico, e sobrando força de vontade para fazer dar certo. Uma amostra ainda mais preocupante que ilustra um dos desafios que a população negra no Brasil enfrenta é que mais da metade dos afroempreendedores não terminaram o ensino fundamental, representando um total de 52% sem essa etapa educacional, segundo pesquisa feita pela Agência Sebrae (2023).

Essa realidade destaca os obstáculos educacionais que afetam diretamente as chances de progresso e êxito no universo empresarial. As táticas para impulsionar o afroempreendedorismo englobam ações como o movimento *Black Money*, que liga empreendedores negros a recursos financeiros e organiza eventos para estabelecer conexões e se capacitar. Segundo o Sebrae (2023), o movimento *Black Money* visa fomentar a independência financeira, a representatividade e a inclusão produtiva, integrando aspectos simbólicos e práticos do empreendedorismo ao valorizar identidades, conhecimentos e redes de cooperação entre empreendedores negros.

De acordo com Mattos (2016) os africanos trazidos ao Brasil encontraram povos escravizados oriundos de outras regiões da África, bem como outros grupos étnicos, incluindo indígenas, portugueses e brasileiros nascidos da miscigenação desses grupos, além de outros povos imigrantes. As raízes religiosas serviram como uma estratégia de resistência e preservação desses povos, através do entrelaçamento entre etnias e suas culturas, levando a reinterpretar práticas ancestrais e tradições, abrangendo a gastronomia.

O afroempreendedorismo gastronômico é uma forma cultural de apresentar a resistência e preservar a história e ancestralidade das pessoas pretas. A venda do acarajé baiano é um dos exemplos mais evidentes que pode ser apresentado, pois a história se perpetua por anos, constituindo resistência e religiosidade da comunidade negra. O aumento da popularidade do acarajé permite que esse prato ganhe outros ambientes sociais que não estão necessariamente ligados aos rituais e obrigações religiosas originados das matrizes africanas através das filhas de Iansã e/ou Xangô (Santos, 2013; Évora, 2015; Borges, 2008). Inclusive, tornou-se um elemento da culinária baiana e, desde 2005, é reconhecido como patrimônio cultural

imaterial do Brasil, no qual o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) concedeu o título.

As chamadas "baianas do acarajé", mulheres que vendem o prato em tabuleiros nas ruas, desempenham um papel crucial na preservação dessa tradição. Elas não apenas oferecem o acarajé, mas também representam a resistência cultural e a luta por reconhecimento e valorização da cultura afro-brasileira.

Reconhecendo essa importância simbólica, o Decreto municipal 12.175/1998, sancionado na cidade de Salvador/BA, determina que não utilizar as indumentárias para a venda do acarajé não somente fere a tradição, como vai de encontro aos preceitos que marcam essa tradição. Estabelece assim que: "As baianas de acarajé, no exercício de suas atividades em logradouro público, utilizarão vestimenta típica de acordo com a tradição da cultura afro-brasileira" (Salvador/BA, 1998).

O que não pode ser negligenciado é que a maior parte das pessoas que preparam acarajé são mulheres e negras, características que realçam os corpos que, ao longo dos séculos, foram marginalizados e colocados à margem da sociedade. Uma vez que "são reconhecidas por estereótipos que tiveram origem na colonização e que obedecem a um padrão representado pelo corpo, quando não sexualizado, condicionado às práticas de servidão" (Nogueira, 2017, p. 175). As mulheres, representadas na trajetória histórica como mulheres de ganho, são um marco simbólico que afirma uma ação política importante e necessária no/para o fortalecimento das mulheres, em especial, na atualidade

Acrescenta-se a esse contexto que qualquer tentativa de descaracterizar os componentes da venda do acarajé, mesmo que de forma subentendida, representa uma tentativa de negar uma das bases históricas que sustentam esse território identitário. Dessa forma, "o ofício da baiana de acarajé carrega em si não apenas a simples produção e venda de uma comida de rua, mas uma tradição ligada à cultura do afroempreendedorismo e à sua religiosidade" (Évora, 2015, p. 38). O acarajé vai além de um simples prato; representa a mistura de culturas e a resistência das comunidades afrodescendentes no Brasil. As vendedoras de acarajé, por meio do afroempreendedorismo, mantêm e incentivam essa valiosa tradição cultural, contribuindo para a diversidade gastronômica e social do país.

Destaca-se, ainda, que as feiras sempre foram um aliado para os povos afrocentrados, sendo um espaço de resistência e visibilidade. No Recife (PE)

aconteceu em 27 de setembro de 2024 a 3ª edição da feira de empreendedores "Oja Afro Sesc" que possui mostras de produtos, espetáculos culturais e oficinas de formação, todas gratuitas. A feira busca promover a economia do *black money*, que visa motivar clientes, turistas e visitantes a adquirirem e comercializarem produtos e serviços entre pessoas negras, e uma das oficinas formativas incluem Cozinha Ancestral com a chef negra Tayna Passos, idealizadora e empreendedora do Ilê Dùn: Culinária e Espaço Diaspórico, atua na área da gastronomia afro-diaspórica, integrando práticas culinárias, ancestralidade e atividades culturais.

Deve-se, por fim, observar novos caminhos para o afroempreendedorismo, principalmente com a adoção mais ampla de ferramentas digitais, particularmente o *e-commerce*, em que se refere a compra e venda de bens ou serviços exclusivamente pela internet, o qual segundo o Relatório de Transformação Digital da América Latina 2024, registrou crescimento de 16% nas vendas online em comparação com o ano de 2023.

#### 4.3. PROCESSO EMPREENDEDOR

O processo empreendedor é um sistema estruturado que orienta a criação e o desenvolvimento de um negócio. As pesquisas do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2023) distinguem conceitualmente os negócios iniciados com base em motivações vinculadas à necessidade daqueles que surgem da identificação de oportunidades. Os negócios baseados em oportunidades possuem o maior potencial para impactar positivamente a economia, e nos anos recentes apontam uma diminuição no empreendedorismo motivado por necessidade, que diminuiu de 50,4% em 2020 para 38,6% em 2023.

O ascender social e economicamente não será simples se for de forma individual. Portanto, é crucial fortalecer e capacitar a população negra para assegurar oportunidades de ocupar todos os espaços. Segundo Florestan Fernandes (1978), a população negra enfrenta obstáculos históricos e estruturais para ascender socialmente, já que a integração do negro na sociedade de classes ocorre de forma desigual e excludente.

Diante disso, a teoria de Pierre Bourdieu (1986), que discute conceitos como capital social, cultural e econômico, pode auxiliar na análise do processo do afroempreendedorismo. O autor defende que o capital cultural, definido como o

conjunto de conhecimentos, competências e preferências adquiridos durante a vida, afeta as oportunidades e o êxito pessoal.

No âmbito do afroempreendedorismo, a apreciação da cultura afro-brasileira, seja através da fabricação de produtos e serviços que resgatam tradições ancestrais, ou através da realização de eventos e locais de afirmação da identidade negra, se apresenta como um valioso capital cultural (Oliveira, 2019).

Além disso, o capital social, entendido como o conjunto de relações e redes de relacionamentos que uma pessoa detém, tem um papel fundamental no êxito dos negócios (Bourdieu, 1986). Em relação aos afroempreendedores, a formação de redes de suporte mútuo, a integração em associações e coletivos, além da formação de parcerias com outros empreendedores negros, são táticas cruciais para vencer os obstáculos impostos pelo racismo estrutural e obter acesso a recursos e oportunidades (Santos, 2020).

A participação em eventos como feiras, eventos de empreendedorismo negro, clubes de negócios e coletivos é um meio de acumular e trocar capital social, enquanto ações de formação e treinamento profissional são uma maneira de investir no capital cultural. Portanto, a ascensão dos afroempreendedores pode ser vista como um esforço conjunto para reforçar esses capitais em um contexto historicamente desfavorável.

No final da década de 1980 e começo da de 1990, organizações lideradas por empresários negros se estabeleceram como ferramentas estratégicas para combater as disparidades raciais no ambiente de negócios do Brasil. Experiências do Centro de Assessoria e Apoio ao Empresário Negro (CANE) e de entidades comunitárias urbanas desempenharam um papel crucial na promoção da formação técnica, independência financeira e valorização da identidade negra no cenário empresarial (Munanga, 1999).

Podemos observar que perpetua projetos e ações por instituições para promover o afroempreendedorismo como a Expo Preta RioMar, evento de exposição realizado na cidade de Recife, que visa promover e celebrar a cultura afro-brasileira, com foco em arte, moda, gastronomia e empreendedorismo negro. É destacada a importância da diversidade cultural e racial no Brasil, dando visibilidade a artistas, empreendedores e iniciativas que valorizam a identidade negra. A Expo Preta RioMar é um exemplo de iniciativas que promovem a inclusão, a valorização da cultura afro-brasileira e o combate ao racismo.

O racismo é um elemento que fundamenta e estrutura a sociedade brasileira, pois existe uma associação entre raça, cor e classe que demarcam as relações sociais (Silva, 2017). É interessante notar que o desenvolvimento e fortalecimento do afroempreendedorismo evidencia um dos aspectos específicos do racismo, pois ainda que o indivíduo negro alcance ascensão econômica, ele ainda é vítima de discriminação racial. Continua a enfrentar preconceito, desafios como a dificuldade em conquistar a confiança de fornecedores e clientes (Nogueira; Mick, 2013).

No entanto, é crucial enfatizar que apenas o capital cultural e social não assegura o êxito econômico. Tomando como base a teoria de Bourdieu (2007), podemos refletir que a realidade do afroempreendedorismo gastronômico feminino em Recife evidencia como as mulheres negras enfrentam tensões constantes em sua mobilidade social devido a estruturas históricas de desigualdade. Apesar de essas empreendedoras utilizarem ativamente o capital cultural, representado pelos conhecimentos culinários ancestrais, pelas práticas tradicionais de preparo dos alimentos e pela transmissão intergeracional de saberes, bem como o capital social, por meio de redes comunitárias, familiares e religiosas, tais recursos não se convertem automaticamente em capital econômico, considerando que esses saberes afro-brasileiros não fazem parte do repertório da cultura dominante, que historicamente foi legitimada pelas elites como referência de capital cultural na sociedade brasileira. Isso acontece porque, segundo Bourdieu (2007), as elites sociais trabalham constantemente para preservar sua posição no espaço social, utilizando mecanismos de distinção que deslegitimam os chamados "emergentes".

No setor gastronômico de Recife, essa situação se reflete na falta de acesso a crédito, financiamentos, capacitação gerencial e políticas públicas sólidas, forçando muitos negócios comandados por mulheres negras a se tornarem informais ou a ocuparem uma posição marginal no mercado. Nesse cenário, a violência simbólica se manifesta ao tornar a precarização desses negócios algo comum, levando à interpretação de que a falta de recursos é uma falha individual ou falta de profissionalismo, em vez de ser reconhecida como consequência de um sistema racializado e colonial.

Dessa forma, a permanência de afroempreendedoras em posições subordinadas no setor gastronômico não é uma exceção, mas a continuidade de um processo histórico que visa manter as hierarquias raciais e de gênero, restringindo a

mobilidade social da população negra, mesmo quando esta utiliza diversas formas de capital.

## 5. ESTUDO DE CASO: RESTAURANTE ALTAR COZINHA ANCESTRAL

Nesta fase do estudo, apresenta-se e analisa-se os dados empíricos recolhidos, articulando diversas fontes: documentos institucionais, publicações online, avaliações em plataformas de consumo e observação direta realizada no espaço físico do restaurante.

Localizado na Rua Frei Cassimiro, 449, no bairro de Santo Amaro, em Recife, o Altar Cozinha Ancestral é um negócio gastronômico estabelecido em 2014. O restaurante se posiciona como um local de afirmação da identidade negra, onde a gastronomia, a ancestralidade e a religiosidade se entrelaçam como pilares de um afroempreendimento feminino.

Carmem Virgínia, 43 anos, negra pernambucana do bairro de Santo Amaro em Recife (PE), casada e mãe de dois, é chef de cozinha e comanda o restaurante Altar Cozinha Ancestral. Possui graduação em Tecnologia em Gastronomia pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de Pernambuco (SENAC/PE), concluído em 2010. Sua carreira profissional foi construída por meio de experiências em restaurantes renomados no cenário gastronômico local, além de colaborações com chefs de cozinha de renome nacional.

Sua formação culinária é influenciada por experiências em cozinhas de origem africana, onde aprendeu conhecimentos que são fundamentalmente transmitidos de forma oral nas casas religiosas afro-brasileiras. Os dados analisados também mostram que sua identidade como *Yabassé*, mulher reconhecida por realizar o banquete e as oferendas aos Orixás e resoluta em dominar os conhecimentos da cozinha do terreiro de candomblé, mostra que essa trajetória, que integra formação acadêmica, vivência no mercado gastronômico e saberes ancestrais, impacta diretamente a abordagem culinária implementada no Altar Cozinha Ancestral, atribuindo à gastronomia criada no negócio um aspecto simbólico e ritual que transcende sua natureza puramente técnica.

Esses elementos se manifestam nas decisões conceituais e operacionais do restaurante, formando aspectos fundamentais para entender o objeto empírico em

análise. Com uma carreira profundamente relacionada às religiões de matriz africana, a chef Carmem Virgínia orienta sua prática culinária e vê a cozinha como um espaço de cuidado, troca de saberes e ligação espiritual. Sua declaração pública evidencia essa conexão:

"Não fui eu quem escolhi a cozinha, foi ela que me escolheu, foi um orixá que me escolheu [...] Com ela, aprendi aspectos que a faculdade não ensina: a perspectiva, o zelo com a comida, a escolha dos ingredientes e a certeza de que a energia esteja incorporada no alimento" (TV Cultura, 2021).

Essa ideia está alinhada com o conceito de ancestralidade apresentado por Gonzalez (2020), que destaca que a cultura afro-brasileira se baseia na transmissão de conhecimentos entre gerações, especialmente por meio das mulheres negras, que historicamente têm sido encarregadas de preservar a memória, a oralidade e as práticas culturais. Na área da gastronomia, essa transmissão vai além do ensino de receitas e técnicas, englobando valores simbólicos, emocionais e espirituais ligados à comida.

No contexto do Altar Cozinha Ancestral, essa visão se concretiza na valorização de receitas familiares e comidas de terreiro de candomblé, além da importância dada às histórias que acompanham os pratos, destacando a cozinha como um local de continuidade ancestral. Assim, a atuação de Carmem Virgínia combina tradição e modernidade ao converter conhecimentos tradicionais em prática empreendedora, consolidando a culinária afro-brasileira como uma ferramenta de resistência cultural e afirmação de identidade.

### 5.1 DELIMITAÇÃO TEMPORAL E CORPUS DE ANÁLISE

O período de coleta de dados ocorreu de janeiro de 2024 a outubro de 2025, um intervalo que abrange momentos significativos da trajetória do negócio, como o reconhecimento institucional como Patrimônio Cultural Imaterial de Recife, aumento da visibilidade da chef na mídia e episódios públicos de combate ao preconceito religioso.

No contexto digital, foram examinadas postagens permanentes do feed do Instagram oficial do restaurante (@altar\_cozinha\_ancestral), desconsiderando-se os stories por serem de natureza temporária. O corpus analisado abrangeu materiais

audiovisuais e textuais, que foram posteriormente organizados em categorias temáticas para análise.

## 5.2 ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DIGITAIS: CATEGORIAS TEMÁTICAS

A análise das 17 publicações do Instagram selecionadas revelou cinco eixos temáticos centrais, que organizam a comunicação do Altar Cozinha Ancestral nas mídias sociais. Esses eixos demonstram tanto a frequência de certos conteúdos quanto uma estratégia deliberada de diferenciação simbólica, em que a gastronomia é apresentada como uma prática cultural, política e identitária.

**Quadro 1.** – Quantitativo e distribuição das publicações analisadas

CATEGORIA TEMÁTICA	DESCRIÇÃO SINTÉTICA	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES	DATAS DE REFERÊNCIA
Valorização da culinária ancestral e dos pratos do cardápio	Pratos como memória, ancestralidade e sagrado	6	05/01/2024; 07/01/2024; 10/02/2024; 17/03/2024; 13/07/2024; 31/08/2024.
Transmissão de saberes e protagonismo feminino	Ensino culinário e herança familiar	3	03/05/2024; 07/05/2024; 30/04/2025.
Reconhecimento institucional e visibilidade midiática	Educação patrimonial e saberes tradicionais	4	25/06/2024; 26/06/2024; 11/07/2024; 21/09/2024.
Letramento cultural e educação do público	Educação patrimonial e saberes tradicionais	3	29/06/2024; 10/07/2024; 17/10/2024.
Enfrentamento ao preconceito e à intolerância religiosa	Denúncia e reflexão social	1	08/10/2025

Fonte: Autoria própria, 2026.

### 5.2.1 Valorização Da Culinária Ancestral E Dos Pratos Do Cardápio

Uma parte considerável das publicações analisadas se concentra na apresentação dos pratos do cardápio, não somente como produtos gastronômicos, mas também como elementos que carregam memória, ancestralidade e afeto.

No dia 5 de janeiro de 2024, foi divulgado um vídeo (Figura 1) mostrando o ambiente do restaurante, com ênfase em detalhes decorativos ligados à religiosidade e à ancestralidade afro-brasileira. O registro em vídeo mostra o restaurante como um lugar que se assemelha simbolicamente a uma casa-terreiro, quebrando com a estética tradicional dos estabelecimentos gastronômicos comerciais.

**Figura 1** – Ambiente do restaurante com símbolos de ancestralidade afro-brasileira



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 05 jan. de 2024

Uma publicação no dia 7 de janeiro de 2024 destacou a feijoada de frutos do mar (Figura 2), um prato que reinterpreta uma preparação tradicionalmente associada à culinária afro-brasileira, adaptando-a ao cenário litorâneo de Pernambuco. No dia 10 de fevereiro de 2024, o foco foi o acarajé (Figura 3), um alimento considerado sagrado nas religiões de matriz africana, reforçando a presença do sagrado no cardápio do restaurante.

Segundo Câmara Cascudo, a presença do feijão e do dendê na alimentação brasileira mostra a influência africana na formação da culinária do país, preservando técnicas e significados culturais que resistiram ao processo de escravização. Nesse contexto, o acarajé representa um símbolo de memória, resistência cultural e

identidade afro-brasileira (Cascudo, 2011).

**Figura 2** – Feijoada de frutos do mar como releitura afro-litorânea



Fonte: Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 07 jan. de 2024

**Figura 3** – Acarajé como alimento sagrado

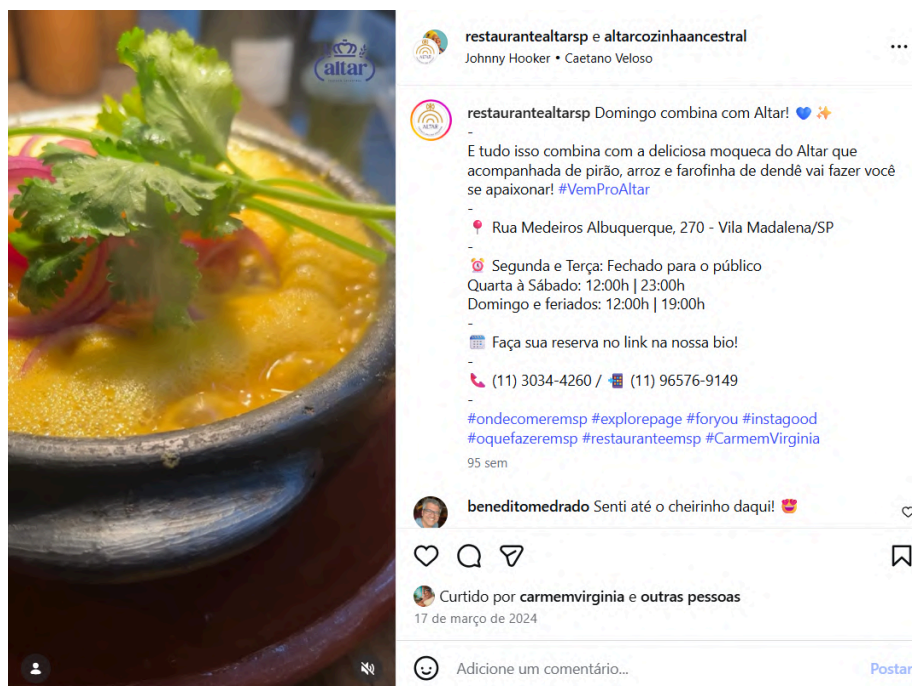


Fonte: Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 10 fev. de 2024

As postagens analisadas demonstram como a divulgação de pratos tradicionais contribui para a preservação e valorização da cultura alimentar afro-brasileira. Um exemplo é o vídeo publicado em 17 de março de 2024, que

destaca a moqueca (Figura 4), um prato da culinária brasileira que resulta da mistura de técnicas indígenas com ingredientes africanos, como o azeite de dendê. Segundo Câmara Cascudo, essa preparação destaca o desenvolvimento da cultura alimentar do país com base na contribuição dos povos africanos, mantendo os conhecimentos e práticas tradicionais (Cascudo, 2011).

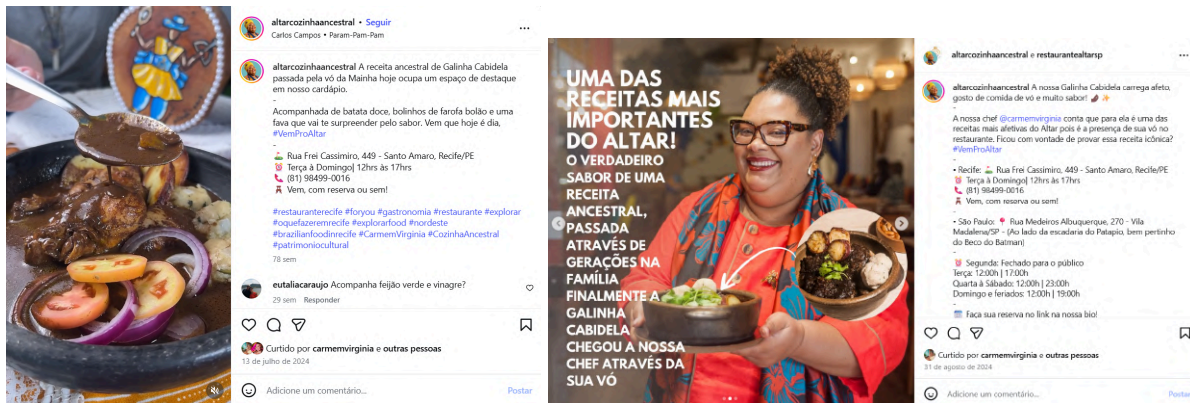
**Figura 4** – Moqueca como prato central da culinária afro-brasileira



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 17 mar. de 2024.

Da mesma forma, as publicações sobre a galinha cabidela (Figuras 5 e 6), divulgadas em julho e agosto de 2024, destacam a relevância da transmissão de conhecimentos entre gerações, uma vez que a receita foi herdada pela avó de Carmem Virgínia. Nesse contexto, essas publicações fortalecem a identidade cultural, consolidam a memória familiar e destacam como a culinária afro-brasileira se estabelece como um campo de disputa simbólica e política, onde a comida desempenha o papel de meio de afirmação de pertencimento e resistência contra o apagamento cultural.

**Figura 5 e 6** – Galinha cabidela e memória familiar



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 13 jul. 2024 e 31 ago. 2024.

Além disso, essas publicações posicionam a culinária como um instrumento para preservar e transmitir conhecimentos culturais de origem africana, particularmente aqueles que foram historicamente preservados e disseminados por mulheres negras. Apesar de autores clássicos como Freyre (2006) reconhecerem a influência africana na formação da cozinha nordestina, sua perspectiva tende a integrá-la em uma narrativa mais abrangente de miscigenação cultural, sem dar destaque ao protagonismo negro.

Em uma análise crítica dessa perspectiva, Alves, Coutinho-Degani e Silva (2023) contestam essas interpretações ao destacar que os saberes culinários afro-brasileiros são práticas históricas de resistência, memória e afirmação da identidade, não devendo ser vistos como elementos secundários ou diluídos da cultura nacional. Nesse cenário, os artigos analisados destacam a gastronomia afro-brasileira como um espaço de confronto simbólico e político, onde a comida funciona como um veículo de manifestação de pertencimento, ancestralidade e resistência às estruturas raciais ainda presentes.

### 5.2.2 Transmissão De Saberes E Protagonismo Feminino

Outro aspecto importante diz respeito às publicações nas quais Carmem Virgínia desempenha o papel de mediadora do saber culinário. No dia 3 de maio de 2024, no vídeo a chef ensina como fazer o arroz de puxada de rede (Figura 7); já no dia 7 de maio, apresenta a caranguejada de mainha (Figura 8). Ambas as receitas enfatizam a herança familiar e a transmissão oral de conhecimentos.

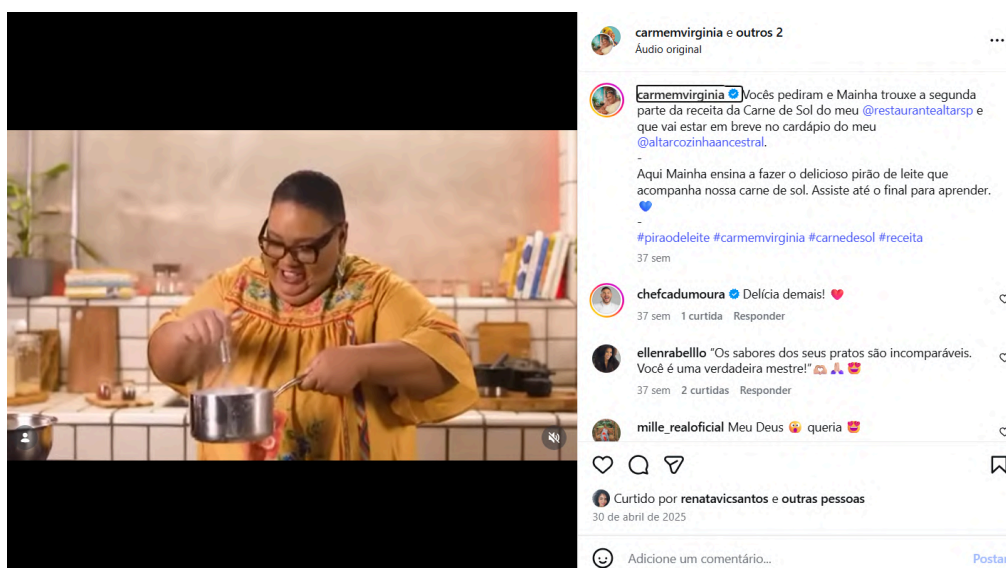
**Figura 7 e 8 – Ensino do arroz de puxada de rede e caranguejada de mainha**



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 03 e 07 maio 2024.

Uma publicação datada de 30 de abril de 2025 mostra Carmem ensinando a preparar carne de sol (Figura 9), destacando a função da mulher negra como guardiã e transmissora de conhecimentos culinários tradicionais. Gonzalez (2020) ressalta que as mulheres negras têm historicamente se encarregado de preservar e disseminar práticas alimentares ancestrais, tornando-se protagonistas na preservação da memória cultural e na afirmação de identidades coletivas. Nesse cenário, a publicação não só compartilha a receita, mas também destaca a relevância de transmitir saberes familiares e comunitários como meio de resistência cultural e valorização da herança afro-brasileira.

**Figura 9 – Vídeo de Carmem Virginia ensinando a preparar carne de sol.**



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 30 de abril de 2025.

### 5.2.3 Reconhecimento Institucional E Visibilidade Midiática

O reconhecimento oficial do Altar Cozinha Ancestral como Patrimônio Cultural e Gastronômico do Recife, título concedido pelo prefeito João Campos por meio de lei municipal sancionada em 19 de junho de 2024, é enfatizado na publicação do dia 26 de junho de 2024, comemorada pelo restaurante como uma vitória coletiva como mostra na figura 10.

**Figura 10** – Reconhecimento como Patrimônio Cultural do Recife.



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 26 de junho de 2024.

Além disso, são registradas visitas de figuras públicas, como:

Na publicação de 11 de julho de 2024, o restaurante recebeu a visita do ator Wagner Moura (Figura 11) e no dia 21 de setembro de 2024, o altar de São Paulo recebeu a visita de Will Smith (Figura 12).

**Figura 11** – Visita do ator Wagner Moura ao restaurante Altar Cozinha Ancestral.



Fonte: Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 11 de julho de 2024.

Figura 12 – Visita do ator Will Smith à unidade do Altar Cozinha Ancestral em São Paulo.



Fonte: Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 21 de setembro de 2024.

Esses registros elevam consideravelmente a visibilidade do negócio, expandindo seu alcance além do público local e colocando o Cozinha Altar Ancestral em circuitos simbólicos de prestígio cultural e gastronômico. A presença de personalidades públicas e figuras socialmente reconhecidas serve como um meio de legitimação, proporcionando maior credibilidade ao negócio e consolidando sua posição como um marco de uma gastronomia afrocentrada e ancestral.

## 5.2.4 Letramento Cultural E Educação Do Público

As publicações examinadas demonstram um uso intencional das redes sociais como instrumentos de educação patrimonial e letramento cultural. A publicação datada de 29 de junho de 2024, ao discutir a trajetória e a relevância da panela de barro (Figura 13), vai além da mera função utilitária do objeto, inserindo-o em um contexto simbólico relacionado à memória, à ancestralidade e às técnicas tradicionais de preparo alimentar.

**Figura 13** – Letramento cultural: panela de barro.



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 29 de junho de 2024.

A publicação de 10 de julho de 2024, focada no coentro (Figura 14), demonstra de maneira evidente a conexão entre comunicação gastronômica, letramento cultural e educação em saúde. Ao expor os "benefícios do coentro para a saúde", o material mescla conhecimentos populares e tradicionais com uma linguagem simples, conectando o público a um ingrediente muito utilizado na culinária afro-brasileira e nordestina.

**Figura 14** – Letramento cultural: coentro



Fonte: Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 10 jul. 2024.

Por outro lado, a publicação de 17 de outubro de 2024 adota um caráter claramente pedagógico ao explicar o conceito de cozinha ancestral, apresentando a culinária como uma prática de memória, resistência e afirmação identitária (Figura 15). Nesse cenário, a ideia de cozinha ancestral é transmitida não só como um estilo culinário, mas também como um campo de conhecimento que conecta história, religiosidade, território e identidade.

Figura 15 – Letramento cultural: cozinha ancestral.



Fonte: Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 17 de out de 2024.

Nessas postagens, o Instagram desempenha o papel de um ambiente pedagógico e simbólico, onde o público é preparado para entender a experiência gastronômica oferecida pelo Altar Cozinha Ancestral além do consumo alimentar imediato. A plataforma atua como um instrumento de mediação cultural, incentivando o letramento patrimonial, a valorização da ancestralidade e a ressignificação da culinária afro-brasileira como uma prática histórica e identitária.

Com base na teoria de Pierre Bourdieu, essa utilização estratégica das redes sociais pode ser vista como um mecanismo para a produção e circulação de capital simbólico, no qual os conhecimentos culinários ancestrais, que historicamente foram desvalorizados, são transformados em formas reconhecidas de valor cultural (BOURDIEU, 2007; 1986). Assim, o perfil do restaurante atua como um autêntico "átrio simbólico" do negócio, um local de recepção, mediação e legitimação, onde o público é apresentado aos códigos culturais, estéticos e religiosos que fundamentam a proposta do Altar Cozinha Ancestral, consolidando sua presença no cenário gastronômico e cultural.

### **5.2.5 Enfrentamento Ao Preconceito E À Intolerância Religiosa**

O enfrentamento direto ao preconceito é claramente evidenciada na publicação de 8 de outubro de 2025, na qual o restaurante expõe uma avaliação discriminatória recebida na unidade de São Paulo, ilustrada na Figura 16, que vincula os pratos à "macumba". Ao divulgar essa avaliação, o Altar Cozinha Ancestral transforma a violência simbólica que sofreu em um instrumento de denúncia e reflexão social. Essa abordagem ajuda a eliminar preconceitos historicamente ligados à culinária afro-brasileira e às religiões de matriz africana, ao mesmo tempo que reafirma a importância cultural e simbólica desses conhecimentos na gastronomia.

**Figura 16** – Enfrentamento à intolerância religiosa.



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 8 out. de 2025.

### 5.3. OBSERVAÇÃO DIRETA IN LOCO

A obtenção de dados foi enriquecida através da observação direta no ambiente do restaurante no dia 4 de janeiro de 2026, uma abordagem metodológica que possibilitou experimentar a vivência gastronômica além dos discursos institucionais e das representações digitais. Essa abordagem empírica permitiu a observação de práticas diárias, dinâmicas operacionais e interações que definem o Altar Cozinha Ancestral como um espaço social, simbólico e cultural.

Durante a visita, observou-se que o restaurante se caracteriza como um local simples e acolhedor, cujo modelo de negócio desafia o padrão estético tradicional dos estabelecimentos comerciais gastronômicos. O ambiente intencionalmente remete à noção de aconchego e pertencimento, fazendo uma aproximação simbólica com uma casa-terreiro, espaço em que o sagrado, o cotidiano e o alimentar se entrelaçam. O espaço é adornado com elementos decorativos religiosos, imagens ligadas à ancestralidade afro-brasileira e referências visuais ao protagonismo de Carmem Virgínia, destacando a importância da identidade negra e da religiosidade de matriz africana como pilares do negócio.

**Figura 17, 18 e 19** – Ambiente externo do restaurante Altar Cozinha Ancestral durante a visita.



Fonte: Autoria própria, 2026

Em relação ao serviço, notou-se um atendimento cuidadoso e amigável, apesar de apresentar uma logística operacional informal, algo típico de pequenos negócios familiares. A participação da mãe da chef na administração do local destaca o aspecto intergeracional do negócio, confirmando a natureza familiar e afetiva do afroempreendimento. Observou-se também a ausência de cardápio físico, com o acesso às informações sobre os pratos ocorrendo unicamente por meio do cardápio digital, oferecido ao público por meio de QR Code. Essa decisão destaca uma abordagem que combina experiência presencial com recursos digitais, enquanto transfere ao cliente a responsabilidade de acessar o conteúdo usando dispositivos móveis.

A experiência gastronômica incluiu a degustação de várias opções do cardápio, como caldinhos, acarajé, arroz de puxada de rede, peixe à lepê e moqueca mista. Os pratos foram servidos no momento certo, respeitando o ritmo da cozinha, e exibiram uma identidade sensorial distinta, tanto no sabor quanto na apresentação. Notou-se a utilização de ingredientes tradicionais, métodos de preparo antigos e histórias ligadas à origem dos pratos, o que fortalece a ideia do restaurante de proporcionar não só comida, mas também uma vivência cultural e simbólica.

A observação revela que o Altar Cozinha Ancestral funciona de uma maneira que desafia os padrões dominantes do mercado gastronômico. A desorganização aparente do serviço, muitas vezes criticada em avaliações online, pode ser vista, com base na pesquisa, como uma escolha política e simbólica que valoriza a ancestralidade, o afeto e o tempo do cuidado, em contraste com a lógica produtivista e acelerada do consumo atual.

**Figura 20, 21 e 22** – Pratos oferecidos pelo restaurante: Caldinho de Feijão do Vevé e caldinho de bobó de camarão; Moqueca Mista de Mãe Cacau e Mãe Biu da Xambá e o Eparrei: Quinteto de acarajés, vatapá, camarões secos, vinagre.



**Fonte:** Autoria própria, 2026

Um evento relevante para a análise também foi registrado durante a observação direta realizada no local. Durante a visita, um casal entrou no restaurante, fez uma rápida volta pelo local e, sem pedir atendimento ou olhar o cardápio, decidiu ir embora. Apesar de não ter sido possível determinar as razões objetivas para a saída, o ocorrido se deu após o contato visual com elementos simbólicos presentes no ambiente, tais como imagens, objetos religiosos e menções à ancestralidade afro-brasileira. Esse evento levanta a possibilidade de que um espaço, ao declarar claramente sua identidade cultural e religiosa, pode causar estranhamento ou rejeição de certos públicos. Isso se torna um aspecto importante

para entender as tensões simbólicas que permeiam o afroempreendimento gastronômico.

#### 5.4. AVALIAÇÕES EM PLATAFORMAS DIGITAIS: GOOGLE AVALIAÇÕES E TRIPADVISOR



Como parte da coleta de dados empíricos deste estudo, foram examinadas avaliações disponibilizadas nas plataformas Google Avaliações e TripAdvisor a respeito do restaurante Altar Cozinha Ancestral, com ênfase em comentários recentes, particularmente do ano de 2025. A escolha dessas plataformas é justificada pelo seu uso generalizado entre os consumidores e por atuarem como espaços públicos para avaliações, legitimação e crítica dos negócios gastronômicos.

A análise focou nos comentários que mencionam a experiência culinária, o serviço, o tempo de espera e o ambiente do restaurante. Em geral, nota-se que a qualidade da comida é frequentemente apontada como um aspecto positivo, ao passo que questões ligadas ao atendimento e à organização do serviço surgem com frequência como motivos de insatisfação, especialmente nas avaliações mais recentes.

Uma avaliação publicada no TripAdvisor em setembro de 2025 relata uma experiência frustrante, ressaltando a lentidão no atendimento, a falta de funcionários e a insatisfação com o prato principal, além da infraestrutura do local (Figura 23). O avaliador declara que “o atendimento foi desastroso desde o início” e que a visita “transformou a expectativa em frustração”, finalizando que não recomendaria o restaurante (TRIPADVISOR, 2025). Esse depoimento mostra como a expectativa gerada em torno do negócio, ligada à sua proposta de identidade e simbolismo, eleva o grau de exigência do público consumidor.

**Figura 23** – Avaliação de usuário sobre o restaurante Altar Cozinha Ancestral na plataforma TripAdvisor.

 **Alexandre Martins Alves**  
São Paulo, SP • 191 contribuições

 0 



### Decepção!

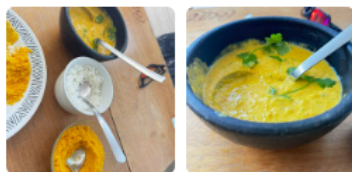
set. de 2025 • Amigos

Minha experiência nesse restaurante em Recife foi simplesmente decepcionante. O atendimento foi desastroso desde o início, um garçom apenas que demorava para atender, não demonstrava preparo e, para piorar, a comida levou mais de uma hora para chegar à mesa. No final, o garçom ainda justificou dizendo que havia faltado quatro funcionários, mas isso não diminui o desrespeito com o cliente.

Meu prato principal, que inclusive era a sugestão do dia, o bobó de camarão, foi um verdadeiro desastre: apenas cinco camarões em uma porção, e, sinceramente, o pior bobó que já comi na minha vida. Para um restaurante que se propõe a ter uma temática afro, a decoração era pobre, sem charme ou cuidado. O banheiro também deixou a desejar, o produto disponibilizado para lavar as mãos era de péssima qualidade e passava sensação de descuido total com a higiene.

Foi uma visita que transformou a expectativa em frustração. A experiência foi tão negativa que só posso dizer: não recomendo de forma alguma.

[Recolher conteúdo](#) ^



Feita em 23 de setembro de 2025

**Fonte:** Print realizado pela autora, 2026.

Nas avaliações do Google, nota-se um padrão similar. Comentários recentes destacam o sabor e a qualidade dos pratos, com ênfase no bobó de camarão. No entanto, apontam problemas operacionais, como demora no atendimento, sobrecarga da equipe e desconforto térmico no ambiente interno (Figura 24). Uma avaliação aponta que havia somente um garçom atendendo em um restaurante lotado, o que resultou em atrasos nos pedidos, além de mencionar questões como a falta de uma climatização apropriada (GOOGLE AVALIAÇÕES, 2025). Outro comentário ressalta que, embora a comida seja considerada "boa, bem temperada e em quantidade interessante", o serviço é descrito como desorganizado e lento (GOOGLE AVALIAÇÕES, 2025).

**Figura 24** – Avaliação de usuário sobre o restaurante Altar Cozinha Ancestral na plataforma Google Avaliações.



Fonte: Print realizado pela autora, 2026.

Assim, as avaliações digitais e a observação direta indicam que a visibilidade do Altar Cozinha Ancestral funciona de forma ambivalente. O restaurante é conhecido pela excelência de sua comida e pela valorização da culinária afro-brasileira, mas, ao mesmo tempo, enfrenta desafios relacionados à organização do serviço, às demandas do mercado gastronômico e às tensões simbólicas que afetam negócios com uma forte identidade cultural e religiosa.

Esses aspectos estão diretamente relacionados aos objetivos deste estudo, particularmente no que diz respeito à análise dos obstáculos enfrentados por mulheres negras empreendedoras no ramo da gastronomia e à urgência em desmistificar os preconceitos ligados à comida afro-brasileira e à identidade cultural associada a ela. As avaliações digitais, combinadas com a observação direta, constituem evidências empíricas essenciais para entender o afroempreendedorismo gastronômico atual.

## 5.5. PARTICIPAÇÃO DE CARMEM VIRGÍNIA EM PROGRAMAS DE TELEVISÃO E O FORTALECIMENTO DO AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO

Como parte da coleta e análise de dados deste estudo, levaram-se em conta as aparições da chef Carmem Virgínia em programas de TV, abrangendo diferentes formatos gastronômicos, durante o período em questão. A inclusão dessas

evidências é justificada pelo papel fundamental que a mídia televisiva desempenha na legitimação simbólica dos negócios gastronômicos e na construção da autoridade profissional no setor da gastronomia.

Dentre as provas examinadas, destaca-se a participação de Carmem Virgínia como apresentadora do programa *Senhora Panela*, transmitido pelo canal GNT. É um programa gastronômico original em que a chef apresenta episódios voltados à culinária afro-brasileira, discutindo tanto as técnicas de preparo quanto os significados culturais, históricos e ancestrais dos ingredientes. O programa destaca as práticas culinárias transmitidas entre gerações, especialmente por mulheres negras, ressaltando o papel central das mulheres na preservação desses conhecimentos culinários.

A função desempenhada por Carmem Virgínia no *Senhora Panela* representa um dado empírico significativo para o estudo do afroempreendedorismo feminino, pois a chef ocupa uma posição de destaque e autoridade discursiva. Ao contrário de participações esporádicas como convidada, sua atuação como apresentadora ajuda a desconstruir estereótipos que, ao longo da história, ligam a culinária afro-brasileira a um saber marginal ou secundário, confirmando-a como um conhecimento válido no campo gastronômico.

A presença de Carmem Virgínia como jurada convidada no programa *MasterChef Brasil* é outro aspecto importante, conforme demonstrado por publicações institucionais do restaurante *Altar Cozinha Ancestral* em 17 de junho de 2025 (Figura 25). O *MasterChef Brasil* é um reality show do canal de culinária de grande destaque no país, do canal televisivo Band, conhecido por seus padrões técnicos exigentes e por atuar como um meio de validação profissional na área da gastronomia. Nesse cenário, a participação de uma mulher negra, nordestina e ligada à cozinha ancestral como jurada simboliza uma quebra significativa dos padrões dominantes da alta gastronomia na televisão.

**Figura 24** – Carmem como jurada no programa *Masterchef*.



**Fonte:** Print de postagem no Instagram (@altar\_cozinha\_ancestral) de 17 jun. de 2025

A análise dessa participação mostra que o afroempreendedorismo feminino na gastronomia vai além do aspecto econômico e entra no domínio do poder simbólico. Ao julgar pratos e competidores em um programa de grande audiência, Carmem Virgínia validou conhecimentos culinários que foram historicamente desvalorizados e expande a visibilidade da gastronomia afro-brasileira em espaços geralmente dominados por referências eurocêntricas. Essa atuação está diretamente alinhada aos objetivos deste estudo, ao demonstrar como mulheres negras empreendedoras desenvolvem estratégias de resistência e afirmação de identidade por meio da gastronomia.

Os dados analisados indicam que a presença televisiva de Carmem Virgínia atua como um mecanismo de fortalecimento do afroempreendedorismo feminino ao ampliar a visibilidade, a credibilidade e o alcance simbólico de sua atuação. Ao mesmo tempo, essa exposição intensifica as expectativas do público consumidor em relação ao restaurante Altar Cozinha Ancestral, reforçando as tensões entre a lógica do mercado gastronômico e os princípios da cozinha ancestral, aspecto observado também nas avaliações em plataformas digitais.

## 6. CONCLUSÃO

A análise realizada neste estudo possibilitou entender como o afroempreendedorismo feminino no setor gastronômico, na Região Metropolitana do Recife, se configura como uma prática que integra resistência cultural, afirmação de identidade e aspectos socioeconômicos. O estudo de caso do restaurante Altar Cozinha Ancestral, sob a liderança da chef Carmem Virgínia, revelou que as práticas empreendedoras examinadas vão além da lógica puramente comercial, incorporando também um aspecto político, simbólico e social, fortemente enraizado na ancestralidade, religiosidade e cultura alimentar afro-brasileira.

Os dados empíricos mostram que o afroempreendedorismo gastronômico feminino se baseia principalmente na valorização de conhecimentos ancestrais que foram historicamente marginalizados, especialmente os que foram transmitidos por mulheres negras ao longo das gerações. No Altar Cozinha Ancestral, a gastronomia é vista não só como um produto consumível, mas também como uma linguagem cultural que transmite memória, identidade e senso de pertencimento. Essa visão fortalece a compreensão da gastronomia como um domínio de produção simbólica, onde as práticas alimentares funcionam como instrumentos de preservação cultural e de afirmação da identidade negra.

A atuação de Carmem Virgínia demonstra como os conhecimentos culinários afro-brasileiros podem ser reinterpretados e reconhecidos no cenário gastronômico atual, ocupando lugares historicamente dominados por narrativas eurocentradas. A inclusão de elementos da religiosidade de matriz africana, a designação simbólica dos pratos e a valorização de figuras femininas negras ancestrais nos cardápios e discursos institucionais são estratégias para combater o apagamento histórico e reconstruir narrativas sobre a contribuição negra à gastronomia brasileira.

A análise das postagens digitais do restaurante, das avaliações em plataformas como Google Avaliações e TripAdvisor, bem como da observação direta feita no local, revelou uma tensão constante entre a lógica mercadológica do setor de alimentos e os fundamentos da cozinha ancestral. As críticas frequentemente apontadas pelos consumidores em relação ao tempo de espera, à organização do serviço e à logística operacional podem ser vistas não apenas como falhas administrativas, mas como sinais de um conflito entre as expectativas de consumo

convencionais e uma proposta gastronômica que prioriza o tempo dedicado ao cuidado, ao afeto, à ritualidade e à experiência sensorial enriquecida.

Essa tensão se relaciona diretamente com a perspectiva de Bourdieu (2007), ao mostrar que, apesar de as afroempreendedoras utilizarem intensamente o capital cultural e social, por meio de conhecimentos tradicionais, redes comunitárias, visibilidade na mídia e reconhecimento simbólico, esses capitais nem sempre se transformam em capital econômico ou em pleno reconhecimento institucional. Os obstáculos ao crédito, à profissionalização e às políticas públicas de incentivo revelam a persistência de estruturas históricas de desigualdade racial e de gênero, que restringem a ascensão social e econômica de mulheres negras empreendedoras.

Além disso, a forte identidade cultural adotada pelo Altar Cozinha Ancestral funciona tanto como um elemento de distinção no setor gastronômico quanto como um fator de exposição a práticas de violência simbólica. Ao se declarar abertamente como um local que valoriza a ancestralidade africana e a religiosidade de matriz afro-brasileira, o restaurante passa a ser alvo de incidentes de intolerância religiosa e preconceito racial, geralmente manifestados por meio de avaliações negativas e comentários pejorativos. No entanto, essas experiências também são ressignificadas como estratégias de denúncia, letramento cultural e resistência, reforçando o caráter político do afroempreendedorismo feminino.

A presença de Carmem Virgínia em programas de televisão de grande audiência nacional aumenta a visibilidade do afroempreendedorismo feminino e ajuda a reconhecer a gastronomia afro-brasileira em lugares de prestígio simbólico. No entanto, essa visibilidade na mídia também aumenta as expectativas dos consumidores, destacando os desafios que enfrentam os negócios que se baseiam em valores culturais e simbólicos diferentes da lógica predominante no mercado gastronômico atual.

Assim, os resultados indicam que o afroempreendedorismo feminino na gastronomia funciona como um espaço de disputas simbólicas, econômicas e culturais, onde as mulheres negras afirmam seus conhecimentos, identidades e trajetórias diante de estruturas históricas de exclusão. A vivência do Altar Cozinha Ancestral demonstra como a conexão entre economia, cultura, religiosidade e ancestralidade se torna uma tática de resistência e de reestruturação de espaços sociais que historicamente foram negados às mulheres negras no Brasil.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na perspectiva da pesquisadora, a elaboração deste trabalho constituiu um processo de transformação intelectual e crítica, pois permitiu uma visão mais profunda da gastronomia enquanto campo político, simbólico e social. O estudo expandiu a perspectiva sobre a comida não só como um produto cultural, mas também como um instrumento de resistência e memória, destacando a necessidade de reconhecer as mulheres negras como protagonistas históricas na formação da cultura alimentar brasileira.

Por fim, apesar das limitações do estudo, principalmente por se basear em um único estudo de caso, suas descobertas ajudam a fortalecer a discussão acadêmica sobre afroempreendedorismo, gênero, raça e gastronomia. O assunto apresenta um vasto campo para investigações futuras que examinem diferentes territórios, empreendimentos e políticas públicas, além de perspectivas comparativas que aprofundem as diversas maneiras de resistência e afirmação identitária protagonizadas por mulheres negras no campo da alimentação. Dessa forma, este estudo enfatiza a importância de reconhecer, valorizar e legitimar conhecimentos que, embora tenham sido marginalizados historicamente, ainda sustentam e redefinem a cultura brasileira.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE. **Negros são maioria dos empreendedores brasileiros**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/negros-sao-maioria-dos-empresendedores-brasil-eiros/>. Acesso em: 2 maio 2025.

ALTAR COZINHA ANCESTRAL. **Cardápio**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/wp-content/uploads/2023/07/Cardapio-ALTAR.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2025.

ALTAR COZINHA ANCESTRAL. **Perfil institucional no Instagram**. Recife, 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/altarcozinhaancestral/>. Acesso em: jan. 2026.

ALTAR Cozinha Ancestral. **Acesso ao cardápio digital via QR Code**. Disponível em: [https://app.qrcodepreferido.com/altar?utm\\_source=ig&utm\\_medium=social&utm\\_content=link\\_in\\_bio](https://app.qrcodepreferido.com/altar?utm_source=ig&utm_medium=social&utm_content=link_in_bio). Acesso em: jan. 2026.

ALVES, Lourence Cristine; COUTINHO-DEGANI, Isis Pereira; SILVA, Leticia Maria Lima. **Saberes, sabores e (in)justiças: escritórias femininas negras sobre os sentidos que preenchem os sabores**. *Revista Mangút: Conexões Gastronômicas*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 194–206, 2023. DOI: 10.70051/mangt.v3i2.61163.

BAND. **MasterChef Brasil**. Programa de televisão. São Paulo: Band, 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARRETO, Luiz Carlos. **Empreendedorismo**. São Paulo: Makron Books, 1998.

BORGES, Fabíola Moura. **Acarajé: tradição e modernidade**. 2008. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Os três estados do capital cultural**. In: CATANI, Afrânio Mendes; NOGUEIRA, Maria Alice (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 71–79.

BOURDIEU, Pierre. **The forms of capital**. In: RICHARDSON, John G. (org.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press, 1986. p. 241–258.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Global, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

ECOMMERCE BRASIL. **Brasil lidera crescimento mundial em e-commerce em 2024, aponta relatório da Atlântico**. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/brasil-no-topo-relatorio-da-atlantico-traz-brasil-com-maior-crescimento-mundial-em-e-commerce-em-2024>. Acesso em: 26 nov. 2025.

ÉVORA, L. **Do acarajé ao bolinho de Jesus**. In: *Religiões e temas de pesquisa contemporâneos: diálogos antropológicos*. Associação Brasileira de Antropologia, 2015. Disponível em: <https://1library.org/document/z3nk219q-religoes-e-temas-de-pesquisa-contemporaneos-dialogos-antropologicos.html>. Acesso em: 26 nov. 2025.

FENACON. **Em 2023, mais empreendedores se tornaram estabelecidos no Brasil**. Disponível em: <https://fenacon.org.br/noticias/em-2023-mais-empresarios-estabelecidos-no-brasil/>. Acesso em: 2 maio 2025.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1978.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala**. São Paulo: Global, 2006.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2019**. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) CONSORTIUM. **GEM 2024/2025 Women's Entrepreneurship Report: Navigating Challenges, Driving Change**. [S.l.]: GEM Consortium, 2025. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20242025-womens-entrepreneurship-report-navigating-challenges-driving-change-2>. Acesso em: 26 nov. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GNT. **Senhora Panela**. Programa de televisão. Rio de Janeiro: Globosat, s.d.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

GOOGLE. **Avaliações do restaurante Altar Cozinha Ancestral**. Recife, 2025. Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Altar+Cozinha+Ancestral+-+Recife/@-8.046013>

[4.-34.8838996.17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x7ab188cf748ae2d:0x1b9f9e92c3532e09!8m2!3d-8.0460187!4d-34.8813247!16s%2Fg%2F11bv1xnmk5?entry=ttu&g\\_e p=EgoyMDI2MDEyOC4w!KXMDSoKLDEwMDc5MjA3MUgBUAM%3D](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/17902-pib-cai-3-5-em-2015-e-registra-r-6-trilhoes) . Acesso em: 5 jan. 2026.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PIB cai 3,5% em 2015 e registra R\$ 6 trilhões**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/17902-pib-cai-3-5-em-2015-e-registra-r-6-trilhoes> . Acesso em: 14 jan. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PNAD Contínua: taxa de desocupação é de 12,7% em 2017**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/21583-pnad-continua-taxa-de-desocupacao-e-de-12-7-no-trimestre-em-cerrado-em-maio> . Acesso em: 14 jan. 2025.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Ofício das Baianas do Acarajé**. Brasília, 2005.

MARTINS, Amanda Luiza de Melo; ALMEIDA, Maria Geralda de. **Comer, rezar e amar: a cozinha de terreiro como patrimônio cultural**. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 30., 2019, Recife. *Anais...* Recife: ANPUH, 2019.

MARTINS, J. C. B.; SANTOS, A. **Uma opção democrática para ascensão profissional**. In: NOGUEIRA, João Carlos (org.). *Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro*. Florianópolis: Atilênde, 2013. p. 17–23.

MARTINS, Carlos; SANTOS, João. **Empreendedorismo negro no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2013.

MATTOS, Regiane. **História e cultura afro-brasileira**. São Paulo: Contexto, 2016.

MORAES, Leandro; POMAR, Valter; BUENO, Adriano. **África e Brasil: história, cultura e educação**. São Paulo, 2015.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

NEVES, Cecília Vieira Pereira das; OLIVEIRA, Maria Amália Silva Alves. **Uma cozinha brasileira? RITUR**, v. 11, n. 1, p. 322–341, 2021.

OJÁ AFRO Sesc Recife. *Folha de Pernambuco*, Recife, 20 ago. 2024.

PERNAMBUCO. **Mapa Cultural de Pernambuco – Agente Cultural: Carmem Virgínia**. Disponível em: <https://www.mapacultural.pe.gov.br/agente/20695/carmemvirginia#info> . Acesso em: 29 jan. 2026.

REDIRECTION INTERNATIONAL. **Previsão aponta crescimento anual de 7% no setor de foodservice até 2028**. São Paulo: ANR, 2024.

SALVADOR (BA). **Decreto-Lei n. 12.175, de 25 de novembro de 1998**. Diário Oficial do Município, Salvador, 1998.

SANTOS, Valéria J. R. **O sincretismo na culinária afro-baiana**. 2013. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – UFBA, Salvador, 2013.

SEBRAE. **O que é afroempreendedorismo**. Disponível em: <https://sebraeatende.com.br/>. Acesso em: out. 2025.

SEBRAE. **Relatório Executivo Brasil – GEM 2024/2025**. Brasília, 2025.

SILVA, Gleicy Mailly da. **Empreendimentos sociais, negócios culturais**. 2017. Tese (Doutorado) – USP, São Paulo, 2017.

SILVA, Nina. **Black Money: fortalecer a representatividade negra na geração de negócios e na economia**. Rio de Janeiro: Sebrae RJ, 2023.

SOARES, Cecília Moreira. **As ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador no século XIX**. *Revista Afro-Ásia*, n. 17, 1996.

TIMMONS, Jeffry A. **New Venture Creation**. Boston: McGraw-Hill, 1990.

TOMAZONI, Ana Maria Ruiz. **Educar com alimentos**. São Paulo: Oficina do Livro, 2017.

TRIPADVISOR. **Avaliações do restaurante Altar Cozinha Ancestral**. Recife, 2025. Disponível em: [https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant\\_Review-g304560-d7047651-Reviews-Altar\\_Cozinha\\_Ancestral-Recife\\_State\\_of\\_Pernambuco.html](https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g304560-d7047651-Reviews-Altar_Cozinha_Ancestral-Recife_State_of_Pernambuco.html) . Acesso em: 5 jan. 2026.

TV CULTURA. **“Eu não escolhi a cozinha, foi ela que me escolheu”, diz Carmem Virginia, chef dos orixás**. 17 ago. 2021. Disponível em: [https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2021/08/17/1626\\_eu-nao-escolhi-a-cozinha-fui-escolhida-pelos-orixas-diz-a-chef-carmem-virginia.html](https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2021/08/17/1626_eu-nao-escolhi-a-cozinha-fui-escolhida-pelos-orixas-diz-a-chef-carmem-virginia.html). Acesso em: 31 jan. 2026.