

ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO NEGRO NA MODA

Analysis of Fashionable Black Entrepreneurship

Simões, Anny Karolinny Santos; Bacharel; Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE¹, anny-karolin-ny@hotmail.com

Lenzi, Gabriela Poltronieri; Doutora; Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE²; gabriela.lenzi@unifebe.edu.br

Resumo: A pesquisa aborda o contexto do empreendedor negro no campo da moda, dentro do cenário nacional. Embora o empreendedorismo negro na área da moda seja crescente no País, questões como o racismo estrutural ainda geram desigualdade e falta de oportunidades para o grupo. Mesmo assim, segundo questionário aplicado, existe uma expectativa positiva por parte dos empreendedores negros quanto às novas gerações, em relação à conscientização nessa direção.

Palavras chave: Empreendedorismo Negro. Moda. Representatividade Negra na Moda.

Abstract: A research addresses the context of the black entrepreneur in the fashion field, within the national scenario. Although black entrepreneurship in the fashion area is growing in the country, structural racism issues still generate inequality and lack of opportunities for the group. Even so, according to the questionnaire, there is a positive expectation on the part of black entrepreneurs about the new generations, in relation to awareness in this direction.

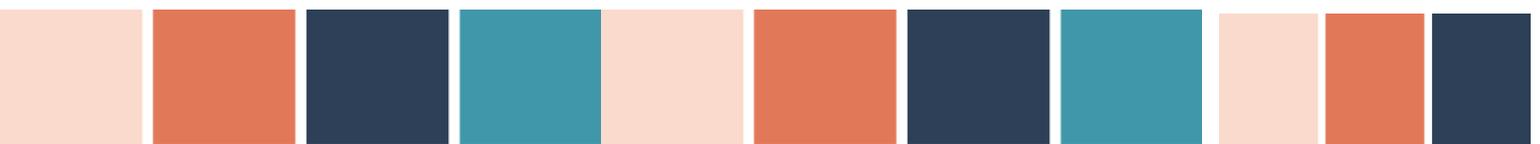
Keywords: Black Entrepreneurship. Fashion. Black. Representativity in Fashion.

Introdução

De acordo com o IBGE (2019), a desigualdade estabelecida entre brancos e negros, é visível nas oportunidades voltadas ao mercado de trabalho, na questão de vagas de emprego e cargos de chefia e salário. Os dados apontam a associação direta do problema com o racismo estrutural, que são processos históricos e políticos, que criam condições sociais que afetam diretamente ou indiretamente grupos identificados

¹ Bacharel em Design de Moda pelo Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE (2020); Técnica em Produção de Moda pelo SENAI de Brusque (2016);

² Doutora em Ciências Sociais pela Universidad de Salamanca, Espanha (2018); Mestre em Antropologia de Iberoamérica pela Universidad de Salamanca, Espanha (2014); Mestre profissional em Arte della Moda pela Accademia Italiana di Moda, Arte e Design, Itália (2008); Graduada em Moda pela Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB (2007).



discriminados de forma sistemática, que se expressa com desigualdade política, econômica, jurídica com menores oportunidades de educação, falta de representatividade política, entre outros aspectos (ALMEIDA, 2019).

A presente pesquisa, que é fruto de um Trabalho de Conclusão de Curso para o curso de Design de Moda do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, busca investigar o contexto do empreendedorismo negro dentro da moda em âmbito nacional. Assim, o questionamento principal está em entender de que forma a Representatividade Negra atua no cenário empreendedor na área da moda no Brasil.

Sabe-se que as pessoas negras convivem cotidianamente em situação de desigualdade e preconceito. Certamente, tais circunstâncias não se encontram somente no contexto do empreendedorismo da área da moda, mas sim, iniciam com a segregação e marginalização da pessoa negra e de sua cultura. Assim, a pesquisa justifica-se na relevância social do tema, considerando o período em que se vive. Há uma tentativa de movimento de conscientização global quanto à representatividade negra no cenário da moda. Porém, na prática, este movimento social de conscientização ainda se encontra marginalizado e carece de incentivos, sejam eles sociais, culturais, políticos ou econômicos (CAMPOS, 2018).

A metodologia adotada é de natureza aplicada e exploratória quanto aos objetivos. Já o método utilizado neste estudo, caracteriza-se com uma abordagem predominantemente quantitativa. Desta maneira, utiliza-se os seguintes procedimentos técnicos: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, levantamento e questionário. Para o questionário, elegeu-se dezesseis informantes que integram o contexto do empreendedorismo negro, na área da moda e que atuam no Brasil. Não foram delimitadas questões referentes à idade e gênero, visto que os mesmos não são relevantes ao recorte da pesquisa. A leitura dos dados se deu a partir de uma óptica quantitativa, que foi realizada por meio de Estatística Descritiva que, se ocupa em organizar e descrever o conjunto de dados coletados (MARTINS; THEÓPHILO, 2007).

O Marco teórico que fundamenta a pesquisa, tem como principais autores: Almeida (2019); Campos (2018); IBGE (2019) e SEBRAE (2019), que surgem em meio às discussões, mediando, apoiando e problematizando os resultados.

O Contexto do Empreendedorismo Negro na Moda

Sobre o contexto do empreendedorismo negro, nota-se que o mesmo é prevaletente em números estatísticos no Brasil. De acordo com o SEBRAE (2019), esse grupo é predominante, visto que o empreendedor negro corresponde a 38,8% dos pequenos negócios brasileiros, já o empreendedor branco tem o percentual de 32,9%.

Ao analisar o questionário efetuado, referente ao empreendedorismo negro na moda, observou-se que os respondentes eram 62,5% de mulheres, 31,3% de homens e 6,2% que não se identificam com nenhum dos gêneros citados. A faixa etária ficou entre 21 a 46 anos e localizam-se em vários estados do Brasil, na seguinte proporção, por Regiões: 12,6% na Região Nordeste, 37,4% na Região Sudeste e 50% na Região Sul.

Sobre o tipo de empreendimento que possuem, 75% manifestaram trabalhar com o comércio, já 25% disseram trabalhar com serviço. Também, quando questionados sobre o porte do seu empreendimento, 50% disseram ser Microempreendedor Individual (MEI); 31,3% responderam possuir uma Microempresa (ME) e 18,7% disseram possuir uma empresa de pequeno porte.

Quanto às funções que exercem na empresa, notou-se que a maioria dos respondentes faz de quatro a cinco funções. As funções realizadas por eles são: administrativo, estilo, vendas, marketing, desenvolvimento de produtos e produção.

As Dificuldades do Empreendedor Negro

Ao se analisar o contexto geral do empreendedorismo, é possível visualizar que para o empreendedor negro, o cenário é mais desafiador. Tanto por questões relacionadas à motivação e oportunidade para abrir o próprio negócio, como pelo grau de escolaridade ou pelo ganho obtido com a empresa (SEBRAE, 2019).

Questionados se consideravam ter sofrido mais dificuldade para iniciar o seu negócio, por serem empreendedores negros, 81,3% dos respondentes disseram que sim.

Outros 18,7% dizem não ter sentido mais dificuldades por serem empreendedores negros. Mesmo assim, em pergunta realizada de forma aberta, manifestam situações e contextos que merecem ser abordados. Um empreendedor mencionou não ter percebido maiores dificuldades para empreender, por ser negro. Contudo, diz que decidiu empreender pois não encontrava oportunidades na área que havia estudado.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae no ano de 2016, constatou que 57,3% dos empreendedores negros empreendiam por oportunidade, contra 59,1% de empreendedores brancos. Em 2018, esses números sofreram considerável variação: 55,5% de empreendedores negros, empreendiam por oportunidade, contra 71,5% de empreendedores brancos (SEBRAE, 2019). Também, um mapeamento realizado sobre o perfil do empreendedor negro no Brasil no ano de 2019, expõe que ele não é homogêneo. Mas mesmo com inúmeros desafios relacionados, como dificuldade a linhas de crédito, por exemplo, a maioria manifesta o desejo de fazer o negócio crescer (GASPARIN, 2019).

Perguntou-se no questionário, sobre as oportunidades por parte dos bancos, no que tange investimentos ou empréstimos, 43,8% dos respondentes disseram que sentem ou já sentiram diferença no tratamento por parte dos bancos para conseguir empréstimo; 12,5% disseram que não sentem diferença. Nota-se, que 43,7% mencionaram nunca ter feito uso desse serviço.

Já por parte do Governo, 56,3% mencionaram que sentem às vezes diferença de oportunidades e investimento e outros 12,5% responderam que sentem sempre diferença de oportunidades e investimento. 18,8% disseram que não sentem diferença de oportunidades e investimentos e outros 12,4% expressaram não necessitar do estado para manter ou gerir sua empresa. Um exemplo disso, é a fala de um respondente que diz: *creio que você faz a diferença sem precisar do governo (...)* (Respondente 11, 2020).

Sobre sentir diferença de oportunidade de mercado por parte da sociedade, 75% manifestaram-se dizendo que sentem ou já sentiram diferença. E, 25% dos respondentes disseram que não sentem diferença de oportunidade de mercado por parte da sociedade.

Foram questionados se em comparação aos empreendedores brancos, consideram que tiveram maiores dificuldades ou falta de oportunidades, no campo da

moda. 75% dos respondentes afirmaram que sim, sempre, ou em diversos momentos. Já 25% consideram que não tiveram maiores dificuldades ou falta de oportunidades para empreender nesta área, pelo fato de serem negros. Um dos participantes expôs sua opinião de forma aberta, sobre essa pergunta: *Não temos herança, começamos literalmente do zero!* (Respondente 3, 2020).

O Racismo no Cenário da Moda

Sabe-se que o Racismo no Brasil é histórico e recorrente da escravidão. Mesmo após a abolição da escravatura, os negros eram proibidos de frequentar alguns recintos e estabelecimentos (MATTOS, 2016).

Em relação ao questionário realizado, embora tenham mencionado suas dificuldades, que são fruto do racismo estrutural, conforme menciona Almeida (2019), acredita também que exista uma maior preocupação e um movimento relacionado a equidade racial, particularmente consequência da união negra: (...) *a população que se reconhece como negra (pretos+pardos), estão se unindo para exigir uma mudança sistêmica urgente e necessária* (Respondente 10, 2020).

Perguntou-se também, se tinham conhecimento de outras referências negras no empreendedorismo de moda, além deles mesmos. 93,7% dos questionados disseram que sim e, um dos respondentes mencionou como exemplo, a Adriana Barbosa da “Feira Preta” (GASPARIN, 2019). A Feira Preta é considerada uma referência no universo empreendedor negro, no setor da moda (ORTIZ, 2020). Somente 6,3% proferiram não conhecer outro empreendedor negro na moda. Pôde-se então, observar a importância da representatividade para que haja estímulo e apoio ao empreendedor negro. Segundo o *site Politize*, que postou a *Marcha do Orgulho LGBT de Nova York em 2019*, a representatividade não é apenas a organização de grupos buscando que seus interesses sejam representados e garantidos, mas é sobretudo parte da formação do indivíduo que compõe o grupo (ANDRADE, 2020).

No âmbito do racismo, questionou-se aos respondentes, se já haviam sofrido preconceito racial em sua área de atuação Profissional. Dos dezesseis respondentes, quinze deles afirmam ter sofrido preconceito racial na vida profissional. Mencionam

desde piadas, a olhares, observações, atos e falas. Um dos respondentes mencionou que *“Teve uma marca que trabalhei que chegaram a dizer que eu não poderia ir porque seria barrado na Europa por ser preto”* (Respondente 3, 2020).

Narram que o preconceito racial no mundo profissional, vem de diversos campos como: clientes, representantes, fornecedores, etc. Contudo, dizem que sofrem de racismo em todos os níveis e áreas da vida: *O racismo existe em todas as camadas, é cotidiano, estrutural e institucional, então todos os dias ao se levantar da cama e escolher seguir esse caminho de afro-empendedorismo já é um desafio (...)* (Respondente 8, 2020).

Sobre a discriminação racial, segundo *site* da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), *“Dia da Consciência Negra (Black Awareness)”*,

[...] cria barreiras sociais, educacionais e culturais. Para o empreendedor negro isso significa ter um caminho ainda mais longo e com menos oportunidades, além das barreiras do racismo e da representatividade, empreendedores negros encontram outros obstáculos (...) (ZENIT PARQUE UFRGS, 2020, s/p).

Para compreender o cenário a partir do ponto de vista dos empreendedores, perguntou-se se consideravam ter aumentado o número de empreendedores negros na área da moda no Brasil. Com unanimidade, eles dizem que creem que sim. Mencionam que o número é crescente e é acompanhado do aumento de pessoas que se autodeclaram negras.

Ao final do questionário deixou-se uma pergunta aberta e ampla relacionada ao empreendedorismo negro na área da moda, no Brasil. Fatores como as dificuldades de ser empreendedor negro no País, raízes ancestrais perdidas pelo racismo histórico, união da força negra no contexto social atual, a luta e as mudanças que ainda precisam ser feitas, a necessidade constante de ter que provar a capacidade e a qualidade do que se produz, as novas gerações e as novas possibilidades, foram alguns dos temas mais tratados.

Declaram também, o papel da moda na construção social e cultural de luta e adversidade: *A moda é um reflexo da sociedade. Junto com a mentalidade dos criadores, a sociedade deve apostar mais no boicote e na cobrança por mais representatividade e inclusão. Enquanto houver racismo na sociedade a moda nunca será imune* (Responder 4, 2020).

Considerações Finais

De acordo com a problemática da pesquisa, se propôs entender as dificuldades que os(as) empreendedores(as) de moda negros(as) enfrentam, identificando se, e de que maneira, sofrem com o preconceito racial.

No decurso da pesquisa, nota-se que existem maiores dificuldades para os empreendedores negros, gerado pelo racismo estrutural. Desta maneira, pode-se dizer que há menos oportunidades para o empreendedor negro na área da moda se comparado ao empreendedor branco por parte de bancos, governo e pela sociedade. Portanto, observa-se que a aceitação social sobre seu negócio, tendo em vista o racismo e o preconceito, influenciam diretamente no crescimento do empreendimento.

Os empreendedores negros possuem o maior índice no contexto do empreendedorismo nacional e, na área da moda, o número de empreendedores negros vem aumentando. Isso porque, segundo dados, às novas gerações são mais conscientes e, assim, buscam reafirmar e representar a cultura negra, superando as noções incutidas pelo racismo histórico e estrutural. Mesmo que ainda exista desigualdade social e cultural, comparado às oportunidades para as pessoas brancas, os números demonstram um movimento para a equidade.

No entanto, destaca-se que ainda existe muito a percorrer nesse sentido. Uma evidência é que inúmeras pessoas negras manifestam que decidiram empreender, pela falta de oportunidade oferecida em suas áreas de formação, mesmo com qualificação.

Referências

ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural**. 1ª ed. [s/l]: Pólen Produção Editorial Ltda, 2019.

ANDRADE, Rani. **Representatividade**: o que isso significa? 15 maio 2020. Disponível em: <https://www.politize.com.br/representatividade/>. Acesso em: 20 maio 2021.

CAMPOS, Amanda Alves. **A valorização do negro no Brasil e o afroempreendedorismo**. 2018. 29 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração) - Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG, 2018. Disponível em: https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/1180/6/MONOGRAFIA_Valoriza%C3%A7%C3%A3oNegroBrasil.pdf. Acesso em: 2 nov. 2020.

GASPARIN, Mirian. Empreendedorismo negro no Brasil. **Feira Preta**, pp. 6-8, 04 dez. 2019. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1GnwdImOWngqmriBukMRfgityOC37IP7c/view>. Acesso em: 27 maio 2021.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil. **Est. Pesq. de Inform. Demog. Socioeconôm.**, IBGE, n. 41, p. 1-12, 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681informativo.pdf>. Acesso em: 25 out. 2020.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓFILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MATTOS, Regiane Augusto de. **História e cultura afro-brasileira**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2016.

ORTIZ, Elaine. **Negros ainda são os que mais sofrem efeitos da desigualdade social: pretos e pardos ganham duas vezes menos que os brancos. Quais as alternativas para reverter esse cenário?** 29 mar. 2020. Disponível em: <https://www.creditas.com/exponencial/negros-desigualdade-social/>. Acesso em: 25 out. 2020.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa mostra que se acentuam as diferenças entre o empreendedorismo de negros e brancos no Brasil**. Agência Sebrae de Notícias, 30 out. 2019. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-mostra-que-se-acentuam-as-diferencas-entre-o-empendedorismo-de-negros-e-brancos-no-brasil,c771f707a3a1e610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 25 out. 2020.

ZENIT PARQUE UFRGS. **Dia da Consciência Negra (Black Awareness)**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Rio Grande do Sul, 20 nov. 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/zenit/dia-da-consciencia-negra/>. Acesso em: 20 maio 2021.

