

#3

PROT

AGON

ISTAS



empatianews
nossa voz precisa ecoar

Produzido por:

Gabriela Camargo:

editora-chefe e organizadora

Michele Louvores:

editora-chefe e organizadora

Camila Prado:

conselheira e idealizadora desta edição

Geizi Carla:

editora de conteúdo do blog e desta edição

Fernanda Fernandes:

colunista fixa

Adriana Tamashiro:

diretora operacional, administradora da rede e cofundadora do Empatia Criativa

Helena Way:

conselheira e cofundadora do Empatia Criativa

Sabrina Ramiles:

conselheira e idealizadora da News

Agradecimentos especiais:

Gabriela Silva
Bruna Seibert
Ignez Bacelar
Gizele Costa
Leila Evelyn
Thaís Borges
Alyne Cristine
Flavia Pinto
Mayara Moura

Fale conosco:

contato@empatiacriativa.com.br

empatiacriativa.com.br





Olá!

Essa edição nos dá um enorme orgulho e marca uma transição importante para a produção de conteúdo das colaboradoras do EmpatiaNews. Demoramos um pouquinho para coletarmos histórias lindas, poderosas e inspiradoras para vocês, mas estamos muito felizes!

Não teremos seções como nas últimas duas edições, mas falaremos muito de protagonismo que transforma, resiliência, identidade, afeto, empreendedorismo, resistência, aprendizados corporativos e muita, mas muita inspiração.

Mais uma vez, agradecemos a vocês, por nos ajudarem a construir, com ótimos feedbacks, esses conteúdos e esperamos que se sintam tão iluminadas como nos sentimos construindo esse material. <3


Uma ótima leitura!

Índice

- 05 Preta comprando de Preta
- 09 Papos de Rh
- 13 Protagonismo que transforma
- 17 Quitutes para alimentar a alma
- 20 Eu vou conturbante
- 22 A dona da Makida toda
- 26 A madrinha de Guarulhos
- 29 Muitos links



Preta comprando de Preta

 Entrevista e texto por: Gabriela Camargo

A história começou em 2015, com um movimento universitário realizado, em um primeiro momento, por Leila Evelyn e Thaís Borges. O Enegrecendo a Comunicação abria espaço para a exposição de produtos de afroempreendedoras em oficinas e palestras.

Com o sucesso, veio a necessidade de ter mais uma pessoa na organização da iniciativa, Leila e Thaís chamaram Alyne Cristine para se unir ao grupo. Com o nome Preta Comprando de Preta, as três trabalharam juntas para transformar uma ideia em um verdadeiro negócio de transformação social. Hoje, oferecem mentorias, consultorias, planejamento de marca e mídias sociais para que afroempreendedoras consigam hackear o sistema.

Segundo pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), as empresas lideradas por mulheres negras foram as mais atingidas pela crise decorrente da pandemia*. Seja para quem atua na área da comunicação ou em qualquer outra, o que essas profissionais incríveis têm a falar precisa ser ouvido (e colocado em prática).

1 Primeira coisa. Nas palavras de vocês, o que é hackear o sistema?

*<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-08/empresas-lideradas-por-mulheres-negras-sao-mais-atingidas-por-pandemia>

Hackear o sistema nada mais é que fortalecer sua comunidade desde coisas básicas como, por exemplo, manter sua alimentação saudável. Porque vivemos numa lógica capitalista que faz com que a gente se alimente mal, trabalhe mais, adoça rápido e tenha serviços de saúde complexos e problemáticos. Mas também vai de você não aceitar somente o que o lugar em que você nasceu te impõe. É você não aceitar que porque cresceu numa periferia, por exemplo, que uma tecnologia não é para você.

Hackear o sistema é se colocar em um lugar de descoberta mesmo, de não aceitar o que te impuseram e se aprimorar, se educar e procurar formas de sair da sobrevivência e conseguir prosperar de fato, conseguir criar um legado. Não só no sentido financeiro, mas também de repasse para sua comunidade.

“

Para nós é isso: desde você se educar como pessoa preta, pessoa periférica, como construir uma comunidade segura e levar algo relevante para sua comunidade, se aprimorar como cidadão e se apropriar de ferramentas que disseram que não eram para vocês.

”

2

O empreendedorismo, muitas vezes, acaba sendo a única alternativa de trabalho para mulheres negras. Mas acredito que existe uma distância a ser vencida para ele deixar de ser uma atividade de subsistência e realmente mudar a vida das mulheres. Qual é o ponto mais importante a ser mudado?

Acreditamos muito que é o acesso a ferramentas digitais, falando especificamente sobre essa questão de gerenciamento do negócio, de como sair desse meio de sobrevivência e começar a viver.

É o acesso às ferramentas digitais aliado a uma proposta de valor, ao uso da tecnologia. Mais do que dar um celular para uma mulher começar a fazer conteúdo digital para o negócio dela, é você ensinar como isso pode fazer diferença. Porque muitas vezes elas acreditam que produzir conteúdo, por exemplo, é algo muito além da realidade delas, não conseguem se ver como criativas, ou como alguém que de fato pode vestir a camisa da própria empresa e dizer que "Isso aqui é meu, pode não ser o melhor negócio, pode não ser o maior, mas isso aqui é meu. Eu tô colocando muito de mim aqui, eu tô fazendo o que eu estudei ou o que aprendi com as pessoas da minha família".

Acho que falta essa questão de autoestima, educação, ferramentas e essa proposta que faça brilhar os olhos delas em relação a produção de conteúdo, que nada mais é que a vitrine de seus negócios. Sobre a questão de subsistência concordamos muito (com a pergunta), sabemos que muitas dessas mulheres negras começam a empreender pela necessidade e não pelo sonho. Muitas vezes é porque elas são mães-solo ou porque precisam complementar a renda da faculdade, ou porque estão desempregadas e precisam fazer girar a roda dentro de casa. Sabemos que elas são maioria como responsáveis do lar, então tem todas essas questões.

A longo prazo, hackear o sistema obviamente é a educação, mas também mostrar como a tecnologia pode fazer a diferença para o negócio delas, como a tecnologia pode ser aliada nessa transição

de sobrevivência para viver do negócio, para prosperar e construir uma vida de conforto minimamente.

3

Vocês veem o Preta Comprando de Preta como um empreendimento que nasceu de uma necessidade ou de um sonho? Por quê?

O Preta nasceu de um sonho, a gente teve esse direito, que foi negado para muitas mulheres negras, que é o direito de sonhar e enxergar possibilidades.

Nascemos de um sonho, mas para conseguirmos enxergar as possibilidades, enfrentamos muitas barreiras que pessoas brancas que começaram um negócio sonhando não tiveram que passar. Nós começamos com um evento na faculdade, porque não tínhamos muita representatividade de professores negros e começamos a levar empreendedores negros para participar desse evento. A partir disso vimos a necessidade de criar um espaço digital seguro para esses empreendedores e depois de muito tempo fomos ver as possibilidade que tinha aquela base gigantesca de mulheres.

Para nos enxergarmos como empreendedoras, tivemos que passar por um processo. Esse processo se deu também por sermos da área de comunicação e também porque fomos descobertas por grandes empresas e acho que isso fez toda a diferença. Acho que é o que a gente considera mais triste. Tivemos que esperar alguém de fora, pessoas brancas dizerem que nosso trabalho tinha potencial, tinha possibilidades. Isso que nos deixa mais pensativas, porque demorou muito para nos enxergarmos como empreendedoras, demorou muito para vermos a potência que tivemos.

Obviamente que também houveram outras questões, como o fato de sermos muito novas, estávamos em processo de formação acadêmica, sair do estágio, arrumar um emprego fixo...

Mas ainda assim, gostaria de ter pensado nisso antes, de ter se sentido no direito de sonhar. Porque acho que quando terminou a faculdade, principalmente, a gente terminou com pouca diferença de tempo e se colocou muito no dever de retribuir para as famílias os esforços que eles fizeram para gente se formar.

Nos sentimos muito no direito de fazer sucesso e prosperar logo, o que se aproxima da realidade de outras mulheres negras, que é você se preocupar em prover, se preocupar em fazer e não em sonhar. Mas reconhecemos que teve esse direito de forma muito genuína e está sendo incrível.

4 Além do Preta Comprando de Preta, as três têm carreiras em comunicação. Qual o maior desafio e qual a maior conquista de cada uma?

Conseguir conciliar o CLT, o Preta e a vida pessoal. Conseguir parar de se autossabotar e ter a segurança de que nosso trabalho é sim muito bom e muito relevante. Isso é algo que estamos trabalhando todos os dias do nosso jeito e com mecanismos de autocuidado.

Outro desafio é entender que o importante não é atingir mil pessoas, mas se você conseguir atingir uma mulher e fazer com que a autoestima dela mude e ela se aproprie da tecnologia, isso já significa muito. Às vezes ficamos muito presas a esses pensamentos grandiosos (que sim, precisamos ter) de que precisamos alcançar 10 mil mulheres negras, mas não. Às vezes você vai alcançar 30 mulheres e tá tudo bem, desde que essas 30 consigam entender e aplicar o que você tá falando, pra gente já é muito importante. Existe esse desafio, de não se cobrar tanto, focar no que é possível conseguir, e fazer isso da melhor forma possível.

Nossa maior conquista foi ter nos entendidos como empreendedoras também, porque somos condicionadas a seguir um roteiro, mas têm múltiplas características e eu me sinto muito grata por conseguir fazer isso com outras duas amigas que eu admiro tanto. Nossa conquista é nos enxergarmos como comunicadores e falar com segurança sobre tudo o que a gente sabe, tudo o que a gente aprendeu.

5

Hoje vocês têm uma rede que reúne mais de 17 mil empreendedoras negras, foram chamadas pelo Facebook para participar do "Ela Faz História", já fizeram palestras e parcerias com várias empresas grandes como Santander, Natura e Google. Qual é o próximo passo?

O próximo passo, que estamos atualmente focadas, é organizar a empresa. Desde a questão contratual, porque nós somos em três, nós somos CLT e então tem algumas questões relacionadas a CNPJ. Leila tá no Boticário, eu tô na Natura e Thaís no Google, então estamos nesse processo de tentar organizar nossa vida pessoal, nossa vida profissional e o Preta. Somos sócias, somos amigas e precisamos equilibrar isso muito bem.

Estamos com a [Dina Finanças](#) agora, que é uma mulher negra de Porto Alegre, e ela é focada nessa questão organizacional das empresas, então estamos fazendo todo esse exercício de precificação, de mapeamento de parcerias, enfim, como conseguimos tornar esse nosso crescimento de forma sustentável e que não nos sobrecarregue.

A gente quer fazer parceria com empresas para que possa oferecer essas mentorias de maneira acessível, que sejam de fato construtivas na vida dessas mulheres. A ideia é oferecer essas mentorias digitais, consultorias com valor justo, de uma forma que se consiga ver uma mudança na vida dessas pessoas.

Estamos com muitos planos e tem muitas pessoas com quem adoráramos trabalhar, como o movimento [Black Money](#), a [Feira Preta](#), entre outros. Também queremos sair um pouco do eixo Rio-São Paulo. Pensando que em Salvador, por exemplo, milhares de empreendedores poderiam se beneficiar de nossa proposta com as ferramentas digitais, pois eles têm um grande potencial, um enorme talento.

Acho que é isso, alcançar novos públicos, entregar um trabalho de fato relevante e organizar a empresa. É o que a gente tá fazendo como próximo passo para sonhar em conseguir viver só pelo Preta.

6

O que vocês gostariam de falar para outras mulheres negras, sejam elas empreendedoras ou profissionais de comunicação?

Pode parecer clichê, mas eu diria "Acredite em você.", porque nós mulheres negras temos uma questão de autossabotagem por um milhão de razões. Mas todos os dias temos que acreditar, nem que seja só um pouquinho, no que fazemos, no que sonhamos e não ter vergonha de buscar formas de chegar nisso.

Não pode ter vergonha de dizer "não sei", de chamar as pessoas, de perguntar, de colocar a cara no sol e mostrar a que veio. Porque ninguém vai nos descobrir - esse é o principal aprendizado que nós mulheres negras precisamos ter -, ninguém vai dizer "isso aqui é legal, vem pra cá". Se a gente não mostrar a que veio e não tiver claro qual é o objetivo, não vai conseguir.



“

Sei que falo de um lugar diferente de muitas, que é o de uma pessoa acadêmica, que tem um bom emprego, mas passei por muito desse processo de conseguir pelo menos ter uma estabilidade financeira e eu gostaria muito que você acreditasse no que você faz, que não se diminuísse para caber em lugares que não são para você. Que você crie sua própria narrativa, sem se comparar, sem se deixar levar por terceiros, principalmente em relacionamentos abusivos, sejam familiares ou afetivos. As coisas não são como são. A vida é mutável a todo momento, então, por favor, aproveite esse processo e aprenda tudo o que você puder. ■

”

Não deixe de seguir as redes:





Entre, fique à vontade. Pegue um cafezinho, sente-se e participe da primeira entrevista do Papos de RH.

Confira o bate papo direto e reto sobre a Evolução do setor de Recursos Humanos e novos modelos de contratação.

Este é um espaço para refletirmos sobre o setor.

Aviso:

O departamento de RH solicita que você compartilhe conosco as suas percepções sobre o tema. :P

Sala 001

Diversidade

Iniciamos o assunto com Adriana Tamashiro e na sequência, Gabriela Silva - *Account Manager* e Bruna Seibert - *Head de Talent Solutions*, ambas profissionais da empresa 99Jobs, respondendo a algumas perguntas sobre o setor.

 Introdução por Adriana Tamashiro

 Entrevista por: Geizi Carla

A evolução histórica na gestão das capacidades humanas voltadas para o trabalho pode ser dividida em fases. Elas passam do antigo e burocrático “departamento pessoal” ao modelo de gestão de pessoas articulado por competências, ou seja, da mudança de entendimento e gestão de recursos, outrora contratados por habilidades meramente técnicas, para contratações de hoje, por atributos diferenciais e capacidades intelectuais, que formam uma combinação muito mais sutil em cada ser humano.

A partir de 1980, a fase do modelo por competências ainda foi fortemente afetada pelas mudanças impostas pela era do conhecimento e a emergência das sociedades em rede. As tecnologias da informação e da comunicação permitiram uma conexão inédita entre pessoas, organizações e nações com impactos diretos na forma de trabalhar: “pessoas antes orientadas a proteger seus diferenciais profissionais se deparam com o poder da colaboração em massa, do compartilhar, da aprendizagem coletiva, da inovação aberta para um desempenho superior” (TAPSCOTT, 2007 *apud* TEIXEIRA; SALOMÃO; TEIXEIRA, 2010)¹

E o que a evolução histórica da administração de competências humanas e dos modelos de gestão de pessoas tem a ver com diversidade?

TUDO!

A sociedade em rede tornou evidente a complexidade das relações em um mundo cada vez mais ágil, instável e vulnerável e todas as empresas precisarão rever modelos que antes funcionavam e que não funcionarão mais. O que antes, por exemplo, atendia satisfatoriamente, dentro da relação entre a capacidade alta de produção e custo baixo, hoje, demanda que empresas tenham a capacidade de olharem para a própria capacidade de serem diversas cognitivamente e intelectualmente. E isso implica terem em seus quadros pessoas capazes de inovar, colaborar e obter melhores resultados financeiros, porque não se faz nada disso sem colocarmos o ser humano no centro dessa conversa.

De acordo, tanto com o relatório “*Women in Business and Management: The business case for change*” de maio de 2019, desenvolvido pela *International Labour Organization*, quanto pela mais recente pesquisa exploratória entregue pela McKinsey em junho deste ano, focada em empresas na América Latina: “*Diversity Matters*” trazem resumidamente, as seguintes constatações:

¹ TEIXEIRA, Helio Janny; SALOMÃO, Sérgio Mattoso; TEIXEIRA, Clodine Janny. Fundamentos de administração: a busca do essencial. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

² INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. Report: Women in Business and Management: The business case for change. Maio, 2019

³ MCKINSEY. Relatório: Diversity Matters. Junho, 2020

- 1 Empresas que adotam diversidade tendem a superar outras empresas em inovação e colaboração;
- 2 As lideranças são melhores em promover confiança e trabalho em equipe;
- 3 São empresas que possuem maior retenção de talentos;
- 4 Empresas realmente diversas, e que a cada dia se abrem para composições de quadros e lideranças que respeitam e potencializam visões e vivências diferentes, geram ambientes

mais felizes, reduzem os níveis de doenças e transtornos mentais, pela criação de espaços mais respeitosos, menos abusivos e mais empáticos;

- 5 E tudo isso, se traduz em melhores resultados organizacionais e financeiros, mesmo que, no início, a proposta de mudança tenha custos, prazos e impactos altos na cultura organizacional. Vale lembrar que nenhuma mudança estrutural se opera do dia para a noite.

Hoje, temos algumas empresas no Brasil que estão bastante preocupadas e já identificaram que os 5 itens apontados acima são essenciais não só para a sobrevivência delas, mas para seu impacto social e para a construção de um futuro melhor para todos nós. **Como um bom exemplo, convidamos a 99Jobs para falar sobre a diversidade nas contratações... Confira a entrevista da nas linhas a seguir.**

- 1 **Ao realizar processos seletivos mais justos e que questionam as estruturas racistas dentro do mercado corporativo, notamos que há ainda uma considerável resistência, tanto de empresas quanto por parte da sociedade. Diante disso, a polêmica hora ou outra aparece, não é? Como vocês se preparam para evitar que as divergências de opiniões atrapalhem ou afetem o andamento da campanha e, claro, o impacto social positivo que os processos seletivos visam apresentar?**

Ponto fundamental é ter embasamento jurídico para o que propomos, isso nos traz segurança e respaldo para fazer as coisas acontecerem. Contamos com parceiros que atuam ativamente na causa e são nossos aliados em cada etapa e tomada de decisão. Muito alinhamento para cada caminho que seguimos, antes de colocar qualquer coisa no ar, temos inúmeras validações para garantir que estamos

respaldados e que é o caminho certo no momento. Ter uma equipe de trabalho focada no projeto com representatividade e conhecimento de causa, além de inteligência emocional para lidar com todas as adversidades que surgem.

- 2 **Promover mudanças e questionamentos sobre as estruturas é algo que está presente no dia a dia da 99jobs? Sabemos que sozinhos não chegamos aos lugares necessários para que a transformação aconteça. Quem ou quais outros atores (empresas, parcerias, criadores de conteúdo, valores etc..) vocês consideram fundamentais no dia a dia da empresa e nos resultados, e por que esses nomes são importantes?**

Sim, isso está presente em nosso dia. Promovemos inúmeras rodas de conversas sobre diversidade, cada vez mais buscamos ter um time inclusivo e diverso. Contamos com muitos parceiros para nos ajudar no letramento e nos projetos, em deles é o ID_BR.

3 **Responsabilidade social: como, onde e quando ela prevalece dentro da empresa?**

Entendemos que responsabilidade social está em ações práticas do dia a dia para muito além de ações pontuais, doações e voluntariado. Entretanto, na 99jobs não apenas incentivamos o trabalho voluntário como, sempre que possível, estamos presentes em ações de compartilhamento de conhecimento em recrutamento e seleção para ajudarmos jovens a encontrarem vagas de trabalho, em especial, jovens em situações de vulnerabilidade. Mais que isso, atuamos diariamente divulgando nosso manifesto de reparo social com grupos minorizados. Entendemos que existe um abismo de oportunidades para estes grupos e trabalhamos para levar conscientização e letramento em frentes como: PcDs, negritude e equidade de gênero.

4 **Sabemos que, antes da etapa de divulgação da campanha, há um intenso processo de construção e análises. Gostaríamos de entender um pouco mais sobre as etapas e os principais pontos de estudos e análises dos processos seletivos com foco em pessoas negras. Vocês podem compartilhar conosco um pouco mais sobre quais são as principais dificuldades, pontos de atenção e aprendizados mais marcantes etc.?**

A etapa de construção e análise é uma das mais importantes em todos os projetos, principalmente naqueles com foco em diversidade. O que construímos e analisamos muda muito de acordo com o escopo do projeto, como: se é estágio ou trainee, quais localidades do Brasil, quais cursos, cronograma e outros. O que todos têm em comum é ter parceiros aliados e representatividade em cada tomada de decisão.

5 **Agora vamos falar um pouco sobre o processo seletivo dentro da 99jobs. Quais as prioridades para combater ou amenizar possíveis desigualdades, sejam elas de gênero, social, ou por cor da pele?**

Temos meta em ter um time cada vez mais diversos, nossas contratações buscam por profissionais de alguns desses grupos.

6 **Que tal compartilhar um pouco da experiência de vocês, sobre os processos seletivos mais significativos para a sociedade e para a empresa? (ex: projetos Magalu, Natura etc.)**

São processos que nos trazem uma bagagem imensa em todos os sentidos, seja no alto volume de inscrições, na comunicação mais assertiva com esse perfil de candidatos, testes que aplicamos, revisão dos requisitos que sempre foram bem vistos por gestores/recrutadores (exemplo: teste de lógica, inglês, intercâmbio), etc. ■



Gabriela Silva
Account Manager



Bruna Seibert
Head de Talent Solutions



“


Cada um lidera com a sua bagagem e a minha é a de uma mulher negra


Gizele Costa

”



Protagonismo que transforma

 Entrevistada: Gizele Costa

 Entrevista e texto por: Gabriela Camargo

Um espelho para as próximas gerações

Estrategista para marcas e desenvolvedora de projetos com foco em Diversidade. É dessa forma que Gizele Costa inicia seu LinkedIn, rede social para relacionamentos profissionais. No entanto, essa definição traz muito pouco de sua trajetória, que deveria ser conhecida por mais mulheres. Em especial pelas mulheres negras que trabalham com comunicação, a quem o direito de ter um papel de liderança na área parece sempre estar fora do alcance.

Antes de começar a contar um pouco dessa história, preciso contar a verdade. Eu tinha preparado algumas perguntas, preocupada em conseguir segmentar temas e colocar os assuntos em algumas caixas, como a própria Gizele definiu. No entanto, sua vida não pode ser encaixotada, afinal o que ela nos conta reflete muito mais que uma carreira.

A força vem de casa

Nascendo em uma família negra da Zona Norte da cidade de São Paulo, Gizele cresceu ouvindo que, enquanto mulher negra, precisaria ser três vezes melhor em qualquer coisa que fizesse para conquistar seu espaço. Ela acredita que, por esse motivo, sua família sempre tenha sido orientada para o estudo como forma de transformação, o que resultou em um grande esforço de seus pais para que ela e seu irmão se formassem. Segundo a estrategista, um grande privilégio.

A entrada na Universidade marca o início da sua trajetória profissional. Após ter sido reprovada no primeiro vestibular, e ainda desejando ingressar no curso de Marketing da ESPM, afinal era conhecido como o melhor do país, conquistou uma bolsa para ser monitora no cursinho e a oportunidade de tentar o vestibular mais uma vez. Obstinada, desta vez foi aprovada. Pagar o curso não seria fácil. Estudou em período integral nos dois primeiros anos, mas a educação era uma prioridade.

Quantos negros há na sua turma?

Se na adolescência e juventude as perguntas feitas pelos seus pais a incomodavam, com o passar do tempo começaram a fazer mais sentido. Uma situação que ocorreu após ter sido efetivada no estágio em um banco deixou marcas em Gizele. Ela estava no banheiro quando escutou a outra candidata à vaga falando: - “Todas as coisas ruins que aconteceram na minha vida vieram de pessoas negras”.

Com medo da reação dos pais, não contou essa passagem em casa. Também não encontrou uma forma de se defender e por algum tempo viveu com medo que a outra funcionária a prejudicasse de alguma forma.

Saber pra onde ir

Com dedicação e talento que chamavam atenção de seus superiores, não demorou para receber uma oportunidade de promoção. Mas havia um problema, Gizele não queria permanecer na área que estava, seu objetivo era o marketing e ela foi muito franca com seu gerente. Em vez da promoção, conseguiu ser transferida para o marketing, como desejava.

Foi uma fase fundamental para seu desenvolvimento. Seu chefe se tornou seu mentor e ainda o é até hoje, seu crescimento profissional foi muito rápido. Em pouco tempo estava atuando com marketing esportivo, um de seus principais objetivos de carreira.

As instituições bancárias em que Gizele trabalhou foram sendo incorporadas e ela foi seguindo junto, até chegar ao Bradesco, que possuía uma estrutura muito maior do que ela já havia conhecido. Apesar desse tamanho todo ter sido assustador de início, ali ela estava confortável: atuava com eventos e esportes, liderando equipes.

Até que percebeu ter chegado em um ponto de estagnação.

Hora de mudar

Com sonhos de morar sozinha, ter um salário melhor e vontade de provar que conseguiria fazer seu trabalho mesmo sem a estrutura que uma grande organização proporciona, Gizele aceitou o desafio de atuar em uma pequena agência de publicidade. Foi essa experiência que fez seu olhar para a liderança se desenvolver, pois, até o momento, conhecia apenas o lado do cliente e precisou aprender a estar do outro lado e lidar com prazos de entregas, garantindo a qualidade.

Apesar de se perceber como a única negra nos ambientes de trabalho na época, não chegava a pensar nas questões relativas à sua negritude. Mas houveram situações que foram chamando sua atenção. Uma das mais marcantes foi durante uma reunião com cliente, em que um colega de trabalho fez uma piada extremamente racista.

Desta vez mais madura e confiante, Gizele levou a reclamação a seu superior e o fez escolher com qual dos dois ele gostaria de continuar trabalhando. O colega racista foi demitido.

Tempos depois foi convidada para trabalhar como gerente LATAM em uma agência famosa, o que seria a realização de um sonho para muitas pessoas na área. Nesta posição enfrentou sérias questões de racismo. Começaram as sugestões para alisar o cabelo, se vestir de um jeito mais compatível com o cargo, comprar um carro que desse status. Aos poucos foi desenvolvendo problemas físicos e psicológicos relacionados ao não-pertencimento, que pela primeira vez era verbalizado.

Desejando uma guinada na carreira, infeliz com o que deveria ser o emprego dos sonhos, recebeu o convite para seu maior desafio profissional: gerenciar o revezamento da tocha olímpica.

Trabalhar sério e se divertir

Gerenciar o revezamento da tocha olímpica no Brasil foi a realização de um sonho, do seu sonho, com grandes dimensões. Gizele conta que teve de enfrentar o medo para conseguir fazer o evento acontecer e o fez assumindo, por vezes, uma postura com certos traços de masculinidade. O tempo todo ela precisou de coragem para lidar com pessoas que questionavam seu trabalho, sua competência. *"Cada um lidera com a sua bagagem e a minha é a de uma mulher negra."* Partindo daí, sabemos que não era a primeira, e infelizmente nem a última vez, que Gizele precisaria se provar profissionalmente.

No entanto, tinha aprendido com seu mentor que era preciso trabalhar sério sim, mas também era preciso se divertir. Entendendo que um líder é como um espelho para o resto da equipe, pensou em que tipo de espelho gostaria de ser e concluiu que o trabalho não poderia se tornar um fardo. Deveria ser uma realização não apenas para ela, mas para todos, e os dois anos do projeto foram maravilhosos. Mas acabaram, e agora?

Pausa estratégica

Depois de viver seu maior sonho fica difícil simplesmente seguir em frente. Foi necessário que Gizele tirasse um tempo para pensar no que ela queria fazer dali pra frente. No entanto, para quem sempre teve que lutar muito, relaxar e descansar não parece ser permitido. Nos cinco meses que se deu de descanso, não acordou após às 08h da manhã sequer uma vez e se sentiu culpada no dia em que, sem querer, cochilou após o almoço.

Porém, se deu o direito de conhecer a rotina de um estúdio cinematográfico. Conversou com um antigo fornecedor e pediu um estágio não remunerado em uma empresa de cinema, durante um mês atuou como estagiária de assistente de direção. Foi uma fase leve e de muito aprendizado.

Sem ainda saber ao certo o que fazer, recebeu o convite para retornar à agência em que trabalhou antes do Revezamento da Tocha. Voltou como diretora de negócio, com novos desafios e objetivos diferentes.

A questão do sucesso mudou muito ao longo do processo. Se no começo era sobre receber um reconhecimento externo, passou a ser mais sobre se ver como uma pessoa competente. Gizele conta que, com o passar do tempo, a opinião de fora perde importância, alguns sonhos de consumo deixam de fazer sentido e dão lugar a como a gente se sente na própria companhia.

Resgatando a própria história

Nesta fase voltou a estudar, cursando uma Pós-Graduação em Diversidade Racial. Tudo o que estudou ajudou a repensar toda sua trajetória na comunicação e ela foi tendo a real dimensão da importância sobre a questão da diversidade.

Da falta de modelos para sua geração à necessidade de reparação histórica, Gizele percebeu a necessidade de cada um se apoderar da própria narrativa, tirando do outro o papel de algoz. Apesar de não ter decidido qual será seu próximo passo, sabe que existem muitas possibilidades para trabalhar as questões de etnicidade e que elas estão ligadas à comunicação. Estamos todas ansiosas pelo que ela ainda irá conquistar e mostrar ao mundo.

Muitas empresas fazem campanhas sobre o tema diversidade, principalmente em novembro, mas suas equipes continuam desiguais em vários aspectos. Qual é o papel de cada um de nós, de funcionários a lideranças, na mudança desse quadro?

Qualquer campanha por diversidade, pela inclusão, só faz sentido se vier de cima, das lideranças. Se a campanha de comunicação é feita apenas para mostrar ao público externo, não tem efeito. Se a inclusão acontece apenas em cargos de base, sem ultrapassar as gerências e alcançar as diretorias, os benefícios para empresa e para sociedade não são reais.


As empresas precisam entender que não estão fazendo um favor em contratar pessoas negras, que ter apenas um profissional negro na equipe toda não é o suficiente se considerarmos que mais de 50% da população brasileira é negra. Mais que isso, é preciso eliminar as barreiras que são resquícios de uma desigualdade histórica que se refletem na dificuldade de acesso à educação de qualidade e experiências de vida como viagens internacionais e networking qualificado.

Por fim, precisamos lembrar que as mulheres negras, desempenhando uma mesma função, recebem menos do metade do salário de um homem branco. Isso é injusto e precisa ser pauta o ano todo.



Quitutes para alimentar a alma

 Entrevistada: Flavia Pinto

 Entrevista e texto por: Gabriela Camargo

Flávia é uma mulher de presença, que sabe se reinventar. Saiu de Salvador para São Paulo, e trouxe a Bahia consigo. Para viver plenamente o sonho da maternidade, ela trocou o marketing por um empreendimento próprio, mas durante a pandemia redescobriu o poder da comunicação. Na conversa com a Flávia a gente percebe um outro ponto importante: para uma mulher negra e baiana, o fato de ser de outra região do país também tem um peso bem grande.

1 Flávia, uma vez você me contou que é formada em Comunicação. Então como foi essa mudança para trabalhar com culinária? Como surgiu o Quitutes de Mainha?

Na época que eu me formei em comunicação e marketing, eu trabalhava com política e decidi que queria dar um novo rumo à minha vida. Pouco depois, em 2012, eu me mudei pra São Paulo, casei com um paulista e até 2015 a minha vida ficava alternando entre tentar engravidar e avançar profissionalmente. Quando uma coisa avançava, a outra estagnava. Foram sucessivos abortos, precisei fazer tratamentos e isso exigiu muito de mim, emocionalmente.

Quando meu filho nasceu foi um processo de superação muito grande e eu decidi que gostaria de cuidar dele de perto.

Foi nesse momento que eu comecei a buscar algo que eu pudesse fazer de casa, uma vez que em qualquer trabalho no mercado tradicional faria eu me ausentar cerca de 10 a 12 horas por dia. Esse seria o tempo em que eu estaria longe do meu filho e eu não queria negociar isso.

Eu tenho um espírito empreendedor forte e tinha em mente que o mercado para mulher se fecha quando ela chega aos 40 anos e, ainda mais com um filho pequeno. Como eu já estava afastada há um bom tempo, o retorno seria difícil e não iria compensar financeiramente.

Sempre gostei de receber, então tive a ideia de abrir minha casa para jantares de comida baiana. No começo eram grupos de amigos, que depois foram indicando outros amigos... não demorou muito para começar a ter visibilidade. Eu me associei com um aplicativo, que agendava os jantares com marcas parceiras e influencers, o que permitiu que eu ganhasse mais estrutura. Infelizmente o aplicativo parou de funcionar com a pandemia.

Como baiana eu gosto muito de falar da minha cultura e essa forma de trabalho me permitia interagir com as outras pessoas. A minha cozinha passou a ser uma ferramenta mesmo, muitas vezes até de protesto.

2

A pandemia trouxe inúmeros desafios para empresas de diferentes setores. Como foi o impacto para você?

De dezembro a março, normalmente é um período de baixa e a gente normalmente não trabalhava. Eu tinha voltado de férias e atendido apenas dois grupos, até que a pandemia estourou e eu precisei fechar de vez. Minha família toda é grupo de risco e eu não podia arriscar. Fiquei até abril sem fazer nenhum movimento, quando um grupo que eu já tinha atendido anteriormente em Semana Santa começou a me pressionar e a pedir para que eu os atendesse, que eles não conheciam ninguém aqui em São Paulo... aí eu cedi. Eu me encapotei toda e fui fazer compra, eram 25 pedidos.

O que aconteceu foi que esse grupo que pediu acabou postando nas redes sociais e outras pessoas foram pedindo. De abril a maio houve um crescimento grande, com muita gente me procurando. Em um mês meu número de seguidores no Instagram dobrou, de 500 para 1000, as pessoas começaram a me divulgar em grupos de WhatsApp e tinha muita gente falando comigo todos os dias.

Eu tive que criar uma estrutura, um serviço de entrega próprio que cuidasse pra comida chegar com a qualidade que eu queria. Entrei em contato com vizinhos que eram motoristas de aplicativo e estavam parados por causa da pandemia, e ao mesmo tempo comecei a pesquisar embalagens que conseguissem entregar os produtos com o máximo de qualidade.

Em meados de maio eu conheci o Breno (designer) e ele fez uma proposta da gente reinventar a marca, as embalagens. Em junho a gente conseguiu relançar a marca já com as novas embalagens, que conseguiram dar um toque diferenciado para o delivery, já com mais qualidade.

Ainda não consigo dimensionar como vai ser depois da pandemia, mas ela trouxe um novo formato para o meu negócio. Eu tive a possibilidade de pensar e traçar um plano para curto, médio e longo prazos. Hoje estamos ampliando o espaço de trabalho, com a ideia de atender não só o delivery, mas também os jantares em casa, quando for possível voltar a realizá-los. De certa forma a pandemia teve um impacto muito positivo no meu negócio. Eu sei que pra muitas pessoas está sendo um período muito difícil, mas eu estou muito orgulhosa por saber que com o meu empreendimento eu consigo ajudar cinco famílias. Outra coisa que me emocionou foram os depoimentos das pessoas, falando o quanto a minha comida estava ajudando elas a suportarem aquele período em que o isolamento estava mais rigoroso.

3

Como você se preparou ou o que você fez quando percebeu que precisaria mudar a forma como trabalhava? Como sua rede de contatos fez diferença nesse momento?

Na verdade eu não tive tempo de pensar. Eu tive que ir me adaptando conforme as coisas foram acontecendo. Porque começou com a minha rede de contatos, mas se espalhou muito rapidamente, com o poder da indicação. O poder do boca a boca foi uma coisa fenomenal, eu nunca investi em divulgação. Pessoas que nem me conheciam foram me indicando, divulgando em grupos de mulheres, grupos de pessoas da Bahia morando em São Paulo.

Foi brutal. Um exemplo disso foi no São João. Eu tinha me preparado para atender entre 20 e 25 pedidos, e de repente eram pra mais de 100. Eu tenho uma dificuldade em dizer não e quando a pessoa me fala que está com saudade de comer a nossa comida da Bahia, eu entendo o que é isso. Então eu falo pra ela: se você tiver paciência de esperar, eu te entrego ainda hoje. Com isso, teve dia de eu estar fazendo entrega às 10, 11 horas da noite.

Então a verdade é que eu não tive tempo para planejar nada, as coisas foram acontecendo e eu tive que reagir muito rápido.

4

A culinária baiana tem temperos muito característicos, que da mesma forma que muitos elementos da cultura de origem africana, muitas pessoas tentam descaracterizar para entrar num padrão. (Como alisar cabelo, evitar usar cores fortes, etc.). Para você e o Quitutes, manter uma culinária mais fiel aos sabores originais é um desafio ou um diferencial? Ou seja, te prejudica ou te ajuda?

Uma vez, antes da pandemia, eu recebi uma gastrônoma que disse que a minha cozinha é uma cozinha de resistência. Eu acho que não tem melhor definição. A comida que eu faço é uma que, na Bahia, muitas vezes é feita por um grupo de mulheres ou pela família, ou no caso de questões religiosas, dividida pelos setores do terreiro. É uma comida muito cultural, em que o sagrado e o profano estão ali lado a lado. Por exemplo, toda sexta-feira precisa ter comida com dendê, mesmo que não seja da sua religião. A gente sente falta de sentir o cheiro do dendê.

Então eu tento fazer uma comida o mais raiz possível. A única coisa que eu não coloco na comida sem estar explícito é o camarão, por um motivo: principalmente no delivery, que às vezes a pessoa pede a comida por curiosidade, não tem a vivência em comida baiana, não sabe que tem camarão nos temperos e pode ser alérgica.

Aqui em São Paulo existe uma resistência muito grande ao coentro. Quando eu recebo aqui, tenho o cuidado de conversar para saber se a pessoa pode comer camarão, se gosta de coentro, aí faço de acordo com o cliente. Mas no delivery não dá pra fazer isso. De qualquer forma, a minha comida é de raiz e meu público busca isso.

5

O que você gostaria de falar para as outras mulheres negras, principalmente aquelas que são desacreditadas quando querem lançar um projeto? O que você acha que elas também podem fazer para mudar suas histórias?

Quando eu comecei o Quitutes, não foi só pela questão materna. Foi um protesto também. Quando eu comecei com meu marido, sofri uma resistência social muito grande por parte de pessoas próximas a ele. Parecia que era um problema o fato de eu ser baiana, era sempre um motivo de piada, chacota.

Também houve uma questão política, como se o fato de eu ser nordestina me colocasse em uma posição inferior a deles pelas coisas que eu acredito. As minhas raízes estavam sendo o tempo todo questionadas. Eu só estava bonita se eu alisasse o cabelo, deixasse ele loiro, negasse ao máximo quem sou ou de onde vim. O Quitutes me liberou, eu voltei a me conectar com minhas raízes.

Eu acho que a gente precisa valorizar quem somos e da onde viemos. A gente tem que ter muito orgulho da nossa história, porque é o que nos compõe. Se a gente se submeter ou se dobrar a uma sociedade preconceituosa, a cobranças racistas ou por questão de regionalização, se não nos apossamos do que é nosso, vamos ser engolidos por essa sociedade. Por isso que acho importante também que a gente se ajude, se fortaleça e consiga encontrar alternativas, caminhos juntas. ■



conturbante

por Michele Louvores



Não faz muito tempo, eu trabalhava numa agência pequena que fazia parte de um grupo de comunicação. A gente era o primo pobre, ficava no subsolo do prédio e só compartilhava algumas áreas comuns, entre elas a copa e as salas de reunião.

Certo dia, minha equipe tinha horário marcado em uma dessas salas e ela ainda estava ocupada por uma reunião das pessoas da firma rica. Então, esperamos até acabar. O corredor era estreito e nos posicionamos em fila para que elas pudessem seguir em direção ao elevador. Eu era a primeira da fila e conforme elas iam passando eu as cumprimentava sorrindo, mas não recebia sorrisos de volta. Tudo bem, ninguém é obrigado.

O que eu não sabia era que conforme elas passavam por mim, faziam caretas e muxoxos. Um dos meus colegas mais queridos era o último da fila e registrou expressões que variavam entre escárnio e nojo, ironia e arrogância. Cuidadoso, ele me contou logo em seguida ao acontecido. Achou que eu estava sendo boba em cumprimenta-las de maneira tão gentil. O que eu não lembrava era que nesse dia eu estava usando um turbante e que isso desperta reações que potencializam o que a minha pele preta já representava por si.

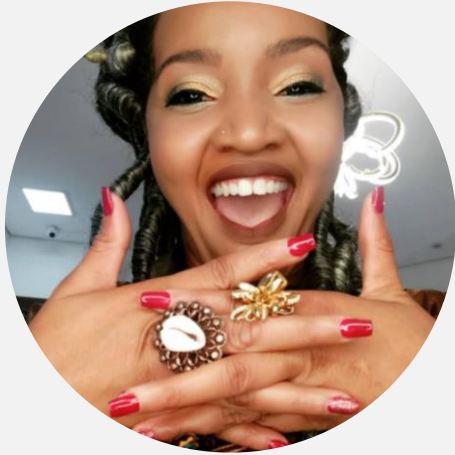
Minha presença naquela estrutura era conturbante. Meu adereço naquele lugar era perturbador. Eu representava uma ameaça à branquitude daquelas paredes, mesa, cadeiras, cabos, conexões e redes. Caminhando em fila, elas poderiam ser facilmente confundidas umas com as outras. Seus cabelos lisos e narizes finos ainda representam o padrão de beleza corporativa a ser atingido.

Com desconforto e dificuldade, meu colega tentava descrever as máscaras brancas que viu no corredor e eu o tranquilizei, dizendo:


- Amigo, não gaste seu axé com isso porque o nome de todas essas expressões é um só: racismo. A diferença é que hoje foi pelas costas, só eu sorri e você estava filmando.


Eu era uma mulher preta coroada em uma fábrica de bonecas e há perigo suficiente apenas no poder dessa imagem. Absorvi o itan e reforcei o ebó: desde então, sempre que tenho uma reunião importante, eu vou com turbante. Confiante, meu Orí fica protegido até do que eu não posso ver.

Axé: força vital.
Ebó: oferenda.
Orí: cabeça, consciência.
Itan: aprendizado, lição.



A dona da Makida toda

 Entrevistada: Ignez Bacelar

 Entrevista e texto por: Fernanda Fernandes

Nascida e criada na periferia de São Paulo, Ignez Bacelar é o retrato da mulher brasileira que não se conforma com as desigualdades e escreve a própria história. Ignez teve uma infância parecida com a maioria das meninas pretas de periferia.

A mais nova de três irmãs tinha na mãe sua referência de vida e de força feminina. Porém, como é comum em famílias pretas o afeto não era algo que fizesse parte do cotidiano, pois esse é um resquício dos tempos de escravidão em que os cativos eram proibidos de demonstrar afeto entre si.

Na família de Ignez as demonstrações de afeto só aconteciam nos aniversários ou quando estavam passando por algum problema mais sério, mas ainda assim sentiam que o amor estava presente.

A menina que se via muito masculinizada por jogar futebol e não ter desenvolvido o corpo de mulher na pré-adolescência sentia que parte do seu comportamento era uma forma de defesa uma vez que meninas negras sempre são rejeitadas pelos meninos e dificilmente são escolhidas para formar par em festas ou apresentações e se sentia apenas como mais um entre eles o que a fez rejeitar as possibilidades de casar e ter filhos quando chegasse na vida adulta.

“

E essa ideia de não casar e de não ter filhos, também, de certa forma, é uma defesa, porque se nunca pensaram em qualquer afetividade com você, como vão pensar em alguma outra coisa?

”

A autoestima como mulher, para Ignez, veio com a descoberta de que é uma mulher negra, uma vez que as conversas sobre negritude era uma outra barreira a ser vencida até bem pouco tempo atrás.

Aluna da primeira turma da Universidade Zumbi dos Palmares/ SP, Ignez se reconhece e se transforma em uma mulher potente através do conhecimento, da libertação das amarras que o conhecimento lhe proporcionou. Saber de suas origens africanas, estudar a história e entender que não é descendente de escravos e sim de um povo com tradições e de muitas lutas, lhe deu a força de que precisava para se tornar a grande potência que é hoje.

Mas o processo de transformação se deu durante o curso de Administração quando Ignez se viu entre os seus e de fato se reconheceu como mulher, não só alguém do sexo feminino, mas uma mulher linda, sensual, desejada e com todo potencial para ser amada como merecia e merece ser.

Foi o conhecimento, a busca por qualificação que levou Ignez para o mundo corporativo, quando ainda era uma criança e viu sua mãe pela primeira vez ser tratada com respeito e dignidade por uma funcionária de banco, ali, naquele momento a menina de apenas sete anos decidiu que era naquele lugar que ela gostaria de trabalhar e estudou muito para isso. Primeiro a jovem conseguiu uma bolsa para o curso técnico e convenceu a mãe a pedir que seu patrão custeasse seu transporte e mais tarde quando foi para a universidade conseguiu prorrogar esse benefício.

A jovem conseguiu o emprego que sonhou e a remuneração que seus pais jamais haviam ganhado juntos, mas logo percebeu que não era ali o seu lugar. Assim, partiu em busca de algo que a fizesse se sentir completa, no entanto, mesmo gostando muito do local em que trabalhava Ignez tinha que lidar com o assédio moral e os insultos de um superior e foi quando ela se viu na obrigação de confirmar as queixas de uma outra funcionária e sua demissão veio logo em seguida. Estava confirmado, o preconceito ainda era institucionalizado na nossa sociedade.

Ignez acredita que, por mais que o povo preto se prepare e se qualifique, as grandes corporações ainda não estão preparadas para nos receber e nos aceitar.

Eu acredito que, por mais que a gente se prepare para estar nesses espaços, eles ainda não estão preparados para nós, para nossas queixas, para nossas observações, pra nossa ocupação de espaço."

A diversidade é muito bonita no discurso, no papel e na hora de fazer campanha, mas quando é preciso dar vez e voz ao povo preto, as coisas ainda são muito controladas e restritas.

Qualquer pessoa branca medíocre tem muito mais visibilidade e consegue muito mais fácil uma promoção ou qualquer outra coisa dentro desses espaços do que qualquer uma pessoa negra muito competente. Isso, pressupondo que essa pessoa preta consiga acessar esses espaços. E quando a gente acessa, a gente é muito testada, a gente tem que provar a todo momento o porquê que a gente está lá.". "E a gente tem que ser dez vezes melhor, para as pessoas notarem que a gente tá lá, para as pessoas notarem que a gente faz um bom trabalho

Em todo esse processo houve um dia que marcou muito a vida da jovem visionária, em uma sexta-feira de *casual day*. Ignez usou um turbante e um par de brincos grandes e ao chegar na empresa se sentiu como um ponto de referência e mais ainda, Ignez sentiu que aquele não era seu lugar.

Ao chegar em casa e contar para o esposo o que havia acontecido, que tinha tido um dia ruim por conta do ocorrido, foi então que pensou como seria bom se tivesse uma marca afro ao ponto de ela própria se sentir confortável e ao mesmo tempo tradicional ao ponto dos colegas de trabalho não se sentirem desconfortáveis.

Mas, mesmo com o ocorrido, ela ainda permaneceu na empresa por mais dois anos. Em seguida tentou concurso público, mas para sua sorte e de tantas outras brasileiras negras que buscavam referências de vestimenta, ela não passou e foi então que surgiu a Makida Modas. Na primeira coleção foram produzidas 150 peças e o sucesso foi tanto que, ao final de duas semanas, com todas as peças vendidas já havia encomenda e até uma fila de espera.

Na Makida todas as mulheres são chamadas de rainhas e todas encontram acolhimento no atendimento feito pela própria Ignez, que muitas vezes vê suas clientes passarem só para dar um "oi", para retribuir o carinho que recebem durante o atendimento.

Com a forte chuva do último final de semana (outubro) o lançamento da nova coleção teve que ser adiado, pois quase metade da coleção foi perdida por conta de um vazamento na confecção onde as roupas estavam guardadas, porém o apoio das clientes não deixou a empresária se abater e durante todo o dia ela recebeu mensagens de apoio e muitas clientes dizendo que comprariam as roupas mesmo assim.

Hoje a Makida vende para o Brasil inteiro e o que era para ser uma moda para o ambiente corporativo, trabalha com outras linhas, como linha verão, moda praia e dia a dia.

A loja física existe há apenas um ano e mesmo com a pandemia se encontra em uma boa posição.

O propósito atualmente é trabalhar a diversidade da mulher negra que não tem que estar numa caixinha de estampas e o que a empresária busca hoje é, com o olhar dela, fazer com que as mulheres pretas sejam atendidas não só esteticamente através de suas peças, mas também através da contação de histórias. No site as histórias de rainhas africanas são contadas como forma de empoderar as mulheres que navegam por suas peças.



<http://www.makida.com.br>

Rua Barão de Itapetininga, 37 piso superior - loja 74 e 76 - Galeria Nova Barão, República - São Paulo.

E se engana quem pensa que essa mulher com cara e jeito de menina trabalha pouco. A empresária muito preocupada com a população de rua no início da pandemia começou a produzir máscaras e a cada duas peças vendidas uma era doada. Muitas pessoas se juntaram a ação de Ignez fazendo doações de material e já foram um pouco mais de 6 mil máscaras doadas e ainda estão sendo produzidas.

A empresária, que não tem limites, também confecciona, ela mesma, cachecóis de mão para serem doados no inverno e assim mantém a corrente do bem.

Os projetos dessa mulher negra e potente não param por aí e o seu sonho de vida é ter tanto dinheiro que a possibilite ter sua ONG e montar seu primeiro track de banho para proporcionar que pessoas em situação de rua possam ter um pouco de sua dignidade resgatada através da higiene, ao tomar um banho e ter um corte de cabelo. E o objetivo é que vários outros possam ser montados ao longo do tempo.

Todo esse sucesso não é a toa, o carisma e simpatia da jovem empresária é algo que aquece o coração da mulher mais vulnerável que chegue até ela, e foi essa energia boa que fez nós todas chorarmos ao final da entrevista. O que aconteceu ali foi uma lição de vida, de determinação e de força para quem ainda tem dúvidas do que uma mulher preta é capaz de fazer quando entra em contato com sua ancestralidade.





“

Nós, mulheres negras somos
muito boas, nós só estamos
separadas, mas quando a
gente se junta, a gente
consegue mover a estrutura e
fazer maravilhas

”

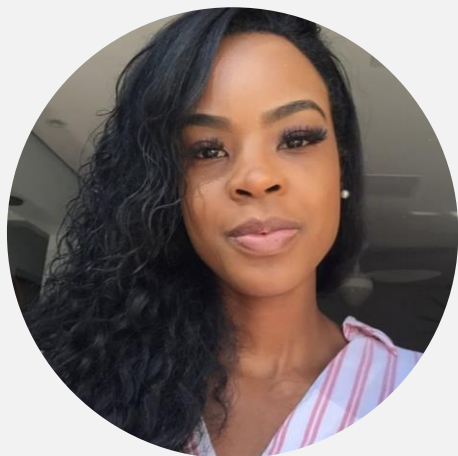
Nas palavras de sua fundadora, a Makida pretende ser a maior loja de departamento preta no Brasil e na América Latina e colocar uma loja em cada cidade desse Brasilão. ■

Ígnez Bacelar Sales

Graduada em administração e logística

CEO da Makida moda

Palestrante de autoestima para meninas negras do projeto Impulsionadora de carreiras do comitê de igualdade racial do Grupo Mulheres do Brasil.



A madrinha de Guarulhos

Entrevistada: Mayara Moura

Entrevista e texto por: Fernanda Fernandes

Como a maioria das meninas negras, Mayara Moura teve sua autoestima minada pelo *bullying* durante os tempos de escola. Em casa a menina tinha sua beleza e inteligência enaltecidas pelo pai, seu grande incentivador e amigo, o homem que a ensinou a lutar e se estabelecer através da educação e da cultura.

Era o pai, o senhor Celso Luís, quem dava a Mayara o incentivo e as ferramentas necessárias para que acreditasse em seu potencial e construísse seu futuro. Mesmo com a distância, que não é pouca, (para chegar até a casa da Mayara foram três baldeações entre metrô e três e mais um Uber depois de chegar na estação de Guarulhos) o pai da jovem revolucionária sempre fazia questão de leva- lá ao teatro municipal que fica na capital de São Paulo para que a filha tivesse acesso a cultura, lazer e educação.

O sonho de Mayara era ser artista, mas o assédio que sofreu de outras crianças durante a infância a fizeram sentir vergonha de dizer o que queria e acreditava que isso não seria possível.

Seus sonhos ficaram na gaveta durante anos por conta desses assédios, porém no ano de 2013, aos 21 anos, um amigo incentivou a jovem a participar do concurso de Miss Guarulhos e ainda foi seu patrocinador, custeando todos os gastos necessários para seguir na disputa.

Seu pai novamente esteve presente a acompanhando nos ensaios e durante todo o processo do concurso.

Não bastasse todo o preconceito já sofrido até ali, ao chegar para fazer sua inscrição, Mayara ouviu de uma pessoa que ela não deveria estar ali e que o lugar dela era nas escolas de samba como passista, e mais uma vez ela teve que superar o boicote de pessoas preconceituosas para seguir adiante. Porém foi nesse momento que Mayara descobriu que podia ser o que quisesse ser e para contrariar aqueles que a desmereciam por ser negra, Mayara foi a vencedora do concurso e a partir daí voltou a acreditar em si mesma.

Ao responder qual era o seu sonho na entrega do troféu de Miss, a jovem respondeu:

Eu quero mostrar que existe sim, beleza na periferia. Não só a beleza exterior, mas o potencial de jovens que são apagados e excluídos, que tem seus direitos e sua dignidade negados pelo sistema opressor

Nesse momento nasceu o “Beleza na periferia” no coração da vencedora do concurso que não tinha ideia de por onde começar sua jornada e nem o que de fato iria fazer, sua única certeza era a de que precisava se mover e levar com ela vários outros jovens com potencial, vontade e muita disposição para fazer a diferença.

Ao falar de sua vontade de criar um projeto para jovens da periferia, a miss era desmotivada e desacreditada, com isso aos poucos abandonou a carreira de modelo e o projeto de empoderar jovens por cinco anos. Em 2018 Mayara retomou seu projeto e para colocá-lo em prática fez um curso de educador social para entender quais eram as necessidades desses jovens que ela queria tanto ajudar.

Ainda bem jovem Mayara não tinha outra opção a não ser trabalhar, e mesmo trabalhando em boas empresas ela não se sentia feliz, como em muitas outras histórias de mulher negra era assediada de forma sexual e entendia que não podia deixar seu brilho se apagar por conta dessa pressão que sofria todos os dias.

Nessa época Mayara trabalhava como recepcionista e várias outras oportunidades que surgiam. E após sua jornada diária de trabalho ela ia até os abrigos escutar os jovens que estavam lá e foi através dessa escuta ativa que ela entendeu que o que os jovens mais precisam é de oportunidade, de um olhar mais empático que entenda as necessidades e crie possibilidades desses jovens saírem da margem e se tornem o centro de suas histórias.

O Beleza na Periferia é uma vitrine de jovens talentosos que já são “OURO” e só precisam ser lapidados.

Mayara quer apenas ser a ponte entre a periferia e as oportunidades, a ponte que levará esses jovens para o mundo, um mundo cheio de possibilidades, de esperança, e claro, por que não, cheio de amor?



Tudo na minha vida é oportunidade, porque se não fosse por isso, eu ia continuar sendo a mesma menina desmotivada no CLT recebendo cantadinha de chefe

Quando veio a pandemia um incômodo muito grande surgiu na mente da criadora do projeto Beleza na periferia. Mayara começou a ouvir muitas histórias de pessoas que haviam perdido seus empregos e logo começou a pensar em formas de ajudar. Mas mais uma vez ela teve que lidar com a negatividade de pessoas que perguntavam o que ela ganharia com isso, que diziam que “ela é pobre e pobre não tem como ajudar outro pobre”. Essas palavras quase chegaram a tirar as forças de Mayara, porém ela se lembrou de uma única vez em que sua mãe precisou de uma cesta básica e foi o que salvou o mês de sua família. Aquela cesta teve uma importância tão grande que Mayara diz lembrar do gosto da comida até hoje e esse foi o combustível que deu a ela forças para seguir adiante com suas ideias de ajudar pessoas que como ela precisariam de ajuda num momento de dificuldade.

O Beleza na periferia não é assistencialista, mas se tornou durante esse momento de pandemia para ajudar as famílias mais vulneráveis, que não sabiam o que fazer durante o período mais grave em que o isolamento foi total e não existia a possibilidade de ganhar o pão de cada dia.

Mayara entende que não tem como falar de educação e autoestima sem comida na mesa e foi através de um post que fez no Instagram que ela começou a receber apoio de muitas pessoas e empresas, chegando a arrecadar mais de mil cestas básicas de um mesmo parceiro.

Foi preciso muita garra e propósito para alcançar os objetivos, e desde o dia 19 de março que Mayara está nessa luta para ajudar famílias da periferia de São Paulo, mas tudo deu tão certo que já foram mais de 16 mil famílias impactadas pela iniciativa da jovem visionária. Hoje Mayara é vista por muitos como uma guerreira, heroína que vai à luta, a Hobin Hood de Guarulhos. Mas o que muitas pessoas não veem é que essa mulher guerreira de apenas 28 anos também precisa pagar boletos, tem sua família e suas obrigações com ela, igual a todas as outras pessoas que levantam todos os dias para levar o sustento para casa.

As dificuldades estão a todo instante assombrando a mente e minando as forças da dessa guerreira que também ficou desempregada durante a pandemia, mas são as mensagens de carinho e de sucesso dos jovens assistidos pelo projeto que revigoram e trazem luz para que Mayara não desista e continue na luta para mostrar o quão belos são os jovens das periferias e o quão potentes e capazes eles podem ser desde que tenham oportunidade, desde que não sejam colocados a margem e vistos como caso perdido.

Se for preciso eu vou dar a vara, dar o peixe, ensinar a pescar e vou ficar ali do lado dele, porque é isso que os jovens não têm

Mayara é uma mulher sonhadora, determinada, guerreira, que está sempre pensando no próximo. Tem sede de conhecimento, de crescimento e ter uma história para contar. E uma das vontades que a jovem externou é a de ser jornalista, justamente por gostar de contar histórias e transmitir conhecimento.

O que mais a jovem precisa hoje é de um parceiro que queira apoiar seu projeto e abrace a causa junto a ela para que mais jovens sejam impactados e possam transformar suas histórias e assim mudar a realidade no nosso país.

Hoje, o grande desejo dessa jovem cheia de vida e de vontade de ajudar o próximo é viver do seu propósito, é ter como se dedicar inteiramente ao projeto e ao mesmo tempo poder se sustentar e pagar seus boletos no final do mês.

Mayara gostaria que empresas olhassem para seus jovens com outro olhar, sem julgamentos, com olhar de dignidade de mais humanidade e enxergassem o potencial para investirem neles.

Se eu morrer amanhã, eu vou morrer em paz, porque eu cumpri meu legado, eu transformei a vida de um, dois jovens, mas eu quero transformar muito mais ■



Mayara Moura

Mayara Moura

Educadora Social


Estudante de ciências contábeis pela universidade Cruzeiro do Sul

CEO do projeto Beleza na periferia

Modelo e criadora de conteúdo digital.



Muitos Links

 Pesquisa por Gabriela Camargo

Sabemos que uma edição não é o suficiente para abordar tudo o que o protagonismo negro tem para nos ensinar. A boa notícia é que tem muita gente produzindo conteúdo sobre o assunto na internet para quem não tem preguiça de procurar. Separamos uns links bem interessantes com reflexões, matérias, pesquisas e outras coisas que acreditamos que vocês podem gostar.

Boa leitura!

- 1 Muitos de nós têm discutido se é pra chamar de negro ou preto, sem nos lembrar que estamos falando de seres humanos.

<https://medium.com/@alynecristinepassos/negro-ou-preto-por-favor-eu-tenho-nome-c7f680c997b6>
- 2 Uma entrevista com a Christiane Silva Pinto, do Google, sobre inclusão e diversidade nas empresas.

https://revistatrip.uol.com.br/trip-fm/christiane-silva-pinto-inclusao-e-diversidade-nas-empresas?utm_source=mkt&utm_medium=email&utm_campaign=TPM021020-RA&utm_content=banner_02
- 3 Falando em Google, sua iniciativa Black Founders Funds está apoiando projetos aqui no Brasil.

<https://forbes.com.br/forbes-insider/2020/09/conheca-os-tres-primeiros-negocios-no-brasil-apoiados-pelo-black-founders-funds-do-google/>
- 4 Nohoa Arcanjo explica como a diversidade é importante para empresas que desejam crescer e permanecer relevantes criativamente

<https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2020/09/25/black-freelancers-matter.html>
- 5 Saiba mais sobre racismo algorítmico.

https://midianinja.org/news/sabe-o-que-e-racismo-algoritmico-confira-debate-entre-babu-santana-e-sil-bahia/?utm_campaign=youpix_ideas_-_0710&utm_medium=email&utm_source=RD+Station
- 6 Ainda no tema do racismo algorítmico, um post bem explicadinho do Levi Kaique.

https://www.instagram.com/p/CGSbLlpyyg/?utm_campaign=youpix_ideas_-_15102020&utm_medium=email&utm_source=RD+Station

- 7 Projeto do Youtube focado em amplificar vozes negras.

https://www.b9.com.br/133006/youtube-anuncia-novos-conteudos-originais-focados-em-amplificar-vozes-negras/?utm_campaign=youpix_ideas_-_15102020&utm_medium=email&utm_source=RD+Station
- 8 PESQUISA | Black Influence: um retrato dos creators pretos do Brasil

<https://medium.youpix.com.br/black-influence-um-retrato-dos-creators-pretos-do-brasil-1ae226bc9979>
- 9 Não estamos todos no mesmo barco: empresas lideradas por mulheres negras são as mais atingidas na pandemia.

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-08/empresas-lideradas-por-mulheres-negras-sao-mais-atingidas-por-pandemia>
- 10 Você conhece a parlamentar que criou o Dia do Professor? Sim, uma mulher negra.

https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-10-15/antonieta-de-barros-a-parlamentar-negra-pioneira-que-criou-o-dia-do-professor.html?utm_source=mkt&utm_medium=email&utm_campaign=TPM201020-A&utm_content=banner_15
- 11 Djamila Ribeiro compartilhou o infográfico “Sem as mulheres negras a economia para” do Think Olga.

<https://www.instagram.com/p/CGEA5KVgZYQ/>
- 12 Um post sobre as seis brasileiras que estão entre os 100 negros mais influentes do mundo em 2020, segundo a ONU.

<https://www.instagram.com/p/CGEA5KVgZYQ/>
- 13 Um texto sobre a negritude no meio acadêmico.

https://www.geledes.org.br/o-isolamento-e-um-fantasma-constante-e-continuo-a-escrita-colaborativa-versus-a-repressao-academica-e-o-confinamento-emocional-na-vida-de-estudantes-negras/?utm_source=mkt&utm_medium=email&utm_campaign=TPM271020-A&utm_content=banner_15
- 14 Um link com vários links. Várias pessoas talentosas, uma conversa sobre autoestima e oficinas para empreendedores negros.

https://amaro.com/br/pt/afrotalentos?utm_medium=email-newsletter&utm_source=newsletter&utm_campaign=20201103_n_launch-afrotalentos&utm_term=Variant+1_0_open-7-days
- 15 Crônica sobre a difícil luta de uma criativa negra.(publicada em agosto/2020)

<https://www.empatiacriativa.com.br/post/estava-feliz-quando-cheguei-aqui- pessoas-como-eu>

Se você gostou desse conteúdo e quer receber as próximas edições, não deixe de assinar nossa news!

quero assinar!

Perdi a edição anterior e gostaria de baixar

baixe a segunda edição sobre SAÚDE MENTAL



empatianews

nossa voz precisa ecoar

empatiacriativa.com.br

