

VOZES PRETAS

Pesquisa realizada em parceria:



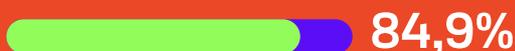
Conteúdo apresentado no evento Tendências Pretas.

O QUE SERÁ EXPLORADO NESTE MATERIAL:

- Como a população negra se vê e qual a sua relação com criatividade e inovação.
- Quais são os principais temas de interesse.
- Consumo e empreendedorismo.
- Relação com as marcas e a representatividade na propaganda.
- Racismo.

1. A CRIATIVIDADE PRETA É PERIFÉRICA

Como a população negra se vê e qual a sua relação com criatividade e inovação?



Reconhecem que seus antepassados foram criadores de grandes tecnologias que se perpetuam até os tempos atuais. É incontestável a sua presença ativa em importantes contribuições para a criatividade e a inovação em diversos campos, incluindo arte, música, literatura, ciência, tecnologia e empreendedorismo.

89%

Se veem como criativos, e as principais razões para se considerarem assim são:

- JORNADA DE CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO + BUSCA PELO APERFEIÇOAMENTO
- PERSONALIDADE E AUTOESTIMA DE NASCENÇA
- APRENDIZADO / CONHECIMENTO
- CRIATIVIDADE NA ESCASSEZ + SOLUÇÕES DIFERENCIADAS PARA PROBLEMAS

94%

Consideram que influenciam as pessoas, e os principais influenciados são:

- COMUNIDADE
- FAMÍLIA
- COLEGAS DE TRABALHO



Para 39,2%

dos entrevistados que se consideram influentes, as redes sociais são o principal meio em que isso ocorre. A imperfeição e a autenticidade cada vez têm ganhado mais relevância dentro das redes. O real é imperfeito e divertido, e tem gerado muito engajamento.

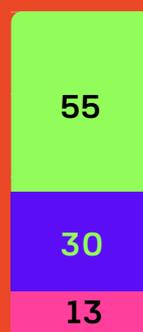
Em segundo lugar, aparece o trabalho com 20,6%

seguido de perto pela comunidade, com 19,6%.

CONCORDA QUE TALENTOS PRETOS E PERIFÉRICOS CRIAM HITS (NA MÚSICA, NA MODA E TECNOLOGIA) TODOS OS DIAS?

92% da comunidade negra se considera moderna/inovadora.

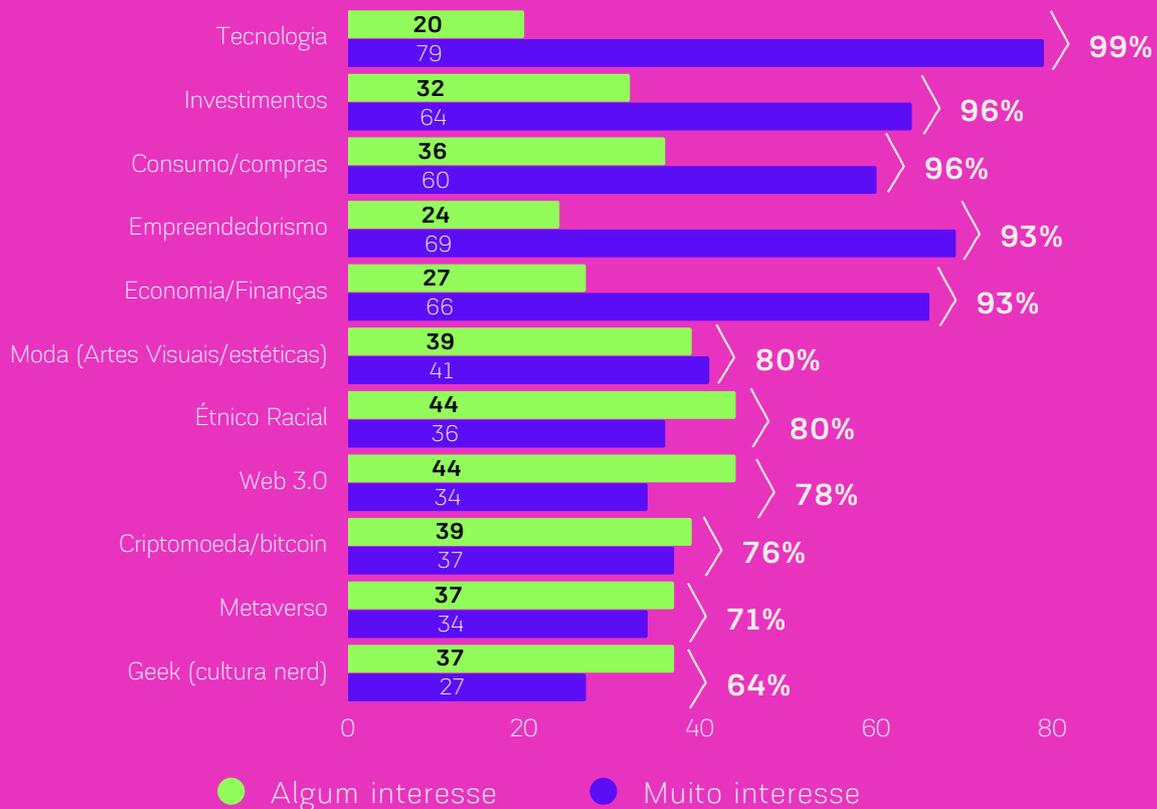
A diversidade é um fator importante para a promoção de ideias e alternativas aos desafios enfrentados pela humanidade. A criatividade e a inovação são essenciais para o progresso e o desenvolvimento em todas as áreas da sociedade.



- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo um pouco
- Discordo totalmente

2. INTERESSES

Quais são os principais temas de interesse?



TECNOLOGIA

De uma forma geral lidera a lista e, assume quase a unanimidade, com 99% dos entrevistados possuindo ao menos algum interesse. Além de não apresentar distinção de gênero ou faixa etária, é um interesse genuíno entre todos entrevistados.

Tanto a Web 3.0 como o Metaverso, ainda são temas que estão sendo inseridos, não somente na comunidade negra, como na sociedade em geral.

78% dos negros entrevistados se interessam pela Web 3.0 e

72% têm interesse em Metaverso.

Já as moedas virtuais, como criptomoedas e o bitcoin despertam mais interesse entre os mais jovens **83%**.

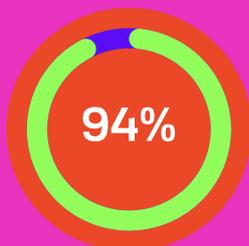
A população negra está altamente conectada e interessada a temas atrelados ao futuro. Por mais que o universo Web 3.0 ainda não seja uma realidade em massa, há o conhecimento e interesse pelo tema.

Existirão, cada vez mais, movimentos e conversas interdependentes se organizando para trazer ferramentas para a comunidade. Players e grandes marcas podem ajudar a acelerar essa jornada investindo no impulso dessas organizações e promovendo diálogos relevantes.

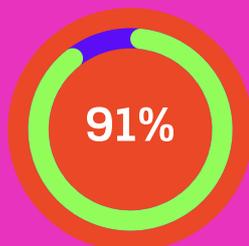
SOBRE ECONOMIA, FINANÇAS E INVESTIMENTOS

No geral, os negros possuem grande interesse em economia e finanças.

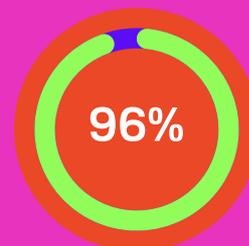
NEGROS



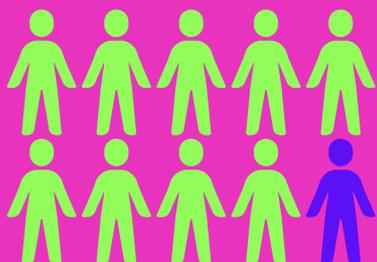
MULHERES NEGRAS



HOMENS NEGROS



Entretanto esse percentual é menor entre os mais jovens (18 a 25 anos), com  **88%**.



9 em cada 10 pessoas negras tem interesse em investimentos.



Dos jovens (18 a 25) afirmam ter MUITO interesse no tema.

A comunidade preta e periférica vem buscando formas para se emancipar financeiramente, um movimento que só se faz possível graças a democratização da pauta articulada por influenciadores especialistas em finanças.

O rapper Jay Z lançou recentemente uma plataforma de educação financeira com foco em bitcoin. Nath Finanças, é uma youtuber e influenciadora carioca, criadora de conteúdos focados em educação financeira para pessoas de baixa renda. Sem fórmula mágica, o objetivo dela é que brasileiras e brasileiros alcancem a liberdade financeira de forma saudável, usando o dinheiro de forma consciente e aprendendo a poupar e investir, mesmo ganhando pouco.

SOBRE CULTURA GEEK



6 em cada 10 negros possuem interesse em cultura Geek.

Entretanto, como analisado pelo top box (muito interesse), notamos um percentual maior entre os mais jovens.

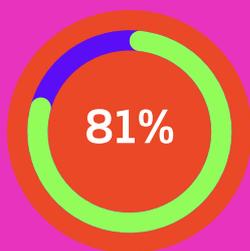


Existe um expressivo movimento de conversas sobre o universo cultural ocidental em uma perspectiva inclusiva preta. Existirão cada vez mais hubs e negócios que fomentem e disseminem esse universo para o mainstream. Tal qual o conceito do novo álbum do rapper paulistano Rashid, "Movimento Rápido dos Olhos", que projeta no rap um samurai negro como protagonista. A Mocidade Alegre acaba de ser campeã do Carnaval 2023 da Cidade de São Paulo, justamente com o samba enredo que homenageou Yasuke, o primeiro samurai negro da história.

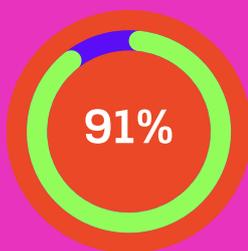
League of Legends lançou recentemente o K'Sante, primeiro personagem negro e LGBTQIA+ co-criado pelo rapper Lil Nas X. Com o mote "construindo pontes, derrubando muros", a PerifaCon é a primeira convenção geek das favelas.

SOBRE MODA (ARTES VISUAIS/ESTÉTICAS)

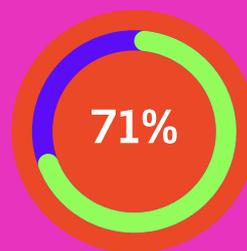
NEGROS



MULHERES NEGRAS



HOMENS NEGROS



O interesse em moda e estética entre as mulheres negras é maior comparado ao público masculino.

Pela primeira vez conseguimos enxergar pessoas pretas e periféricas como precursoras de um estilo que faz parte do seu cotidiano. A “Brazil core” e o “mandrake” amplificou o estilo de quebrada. O movimento é que cada vez mais a periferia reafirme criações e vivências com moda autoral, identitária e em colaboração com a própria comunidade.

A cena musical é o palco onde a cultura preta e periférica transpõe fronteiras. No geral: roupas, marcas, estilo de cabelo e comportamento, são algumas expressões que compõem o – pertencimento anunciado – orgulho e exaltação das raízes trazidas no beat, na rima, no verso e poesia.

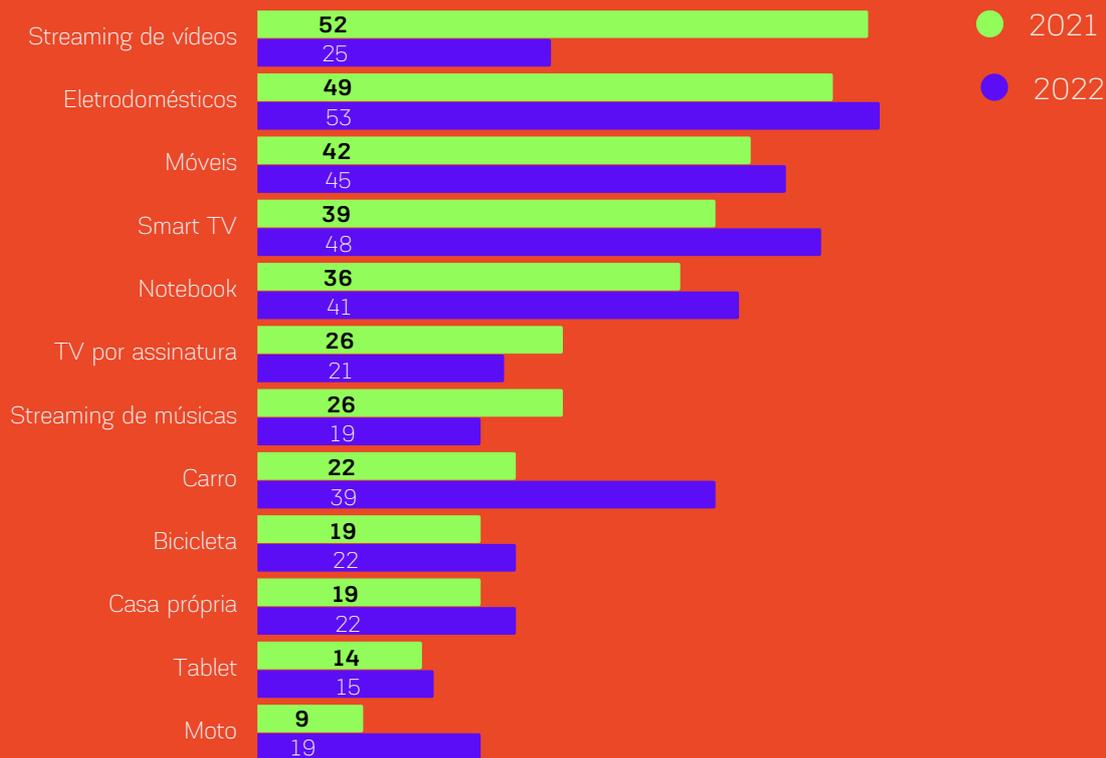
3. CONSUMO E EMPREENDEDORISMO

Quando o assunto é o consumo, de uma forma geral e ampla, os itens com maior intenção de compra entre os negros são:

Eletrodomésticos | Smart TV | Móveis | Notebook | Carro



NOS PRÓXIMOS 12 MESES, VOCÊ TEM A INTENÇÃO DE COMPRAR OS SEGUINTE PRODUTOS OU SERVIÇOS:



MAS VALE UMA OBSERVAÇÃO BEM PERTINENTE AQUI, NESTE CAPÍTULO.

Consumo/compras ocupa a terceira posição dos interesses da comunidade negra, conforme vimos anteriormente. Logo na sequência, em quarto lugar nos interesses, vem o empreendedorismo. Que de uma certa forma, possui uma relação de simbiose com o consumo, posto que se retroalimentam.

Marcas independentes pretas estão roubando a cena na perspectiva de estrear em seus bairros e reforçam as comunidades com o sentimento de pertencimento, orgulho, potência criativa e cultural.

Collabs estão cada vez mais expoentes. Mas, em uma lógica reversa. São grandes companhias ao lado de holdings pretas que começaram a enxergar valor em firmar parcerias de colaboração com estilistas, marcas independentes e *creators*. A dinâmica é que este fato se torne cada vez maior (na perspectiva de impacto positivo e valor agregado).

O movimento de retorno tem cada vez mais propensão de se tornar uma lógica natural para retroalimentar e fortalecer o capital econômico (*black money*/grana preta) e intelectual das quebradas. Hoje, as periferias já produzem seus próprios rolês de forma organizada e rentável. Não é mais uma necessidade sair da sua comunidade para se divertir ou comprar, a economia gira em torno de quem faz parte daquela realidade todos os dias.

O DESAFIO AINDA É GRANDE.

As principais barreiras que os negros encontram para se tornar um empreendedor(a) são: TEMPO, RECURSO FINANCEIRO, VISIBILIDADE E RECONHECIMENTO.

A grande maioria dos pretos precisam se dedicar a uma dupla jornada para conseguirem sobreviver, o que dificulta muito no processo de aprofundamento dos seus objetivos como empreendedor(a).

Quando conseguem se desdobrar em busca dos seus sonhos, se deparam muitas vezes com a falta de reconhecimento do mercado.

4. RELAÇÃO COM AS MARCAS E A REPRESENTATIVIDADE NA PROPAGANDA

A IMPORTÂNCIA DAS CAUSAS E VALORES

86% DAS PESSOAS PRETAS ENTREVISTADAS DÃO PREFERÊNCIA POR MARCAS QUE APOIAM CAUSAS E VALORES

“

"SE EU VEJO QUE A MARCA NÃO APOIA, EU NÃO DOU MEU DINHEIRO PRA AQUELE LUGAR. A MARCA PRECISA É ENXERGAR QUE TODA PESSOA É UMA CONSUMIDORA EM POTENCIAL."

”

“

"É QUASE QUE AUTOMÁTICO, SEMPRE QUE EU VOU COMPRAR ALGO EU BUSCO SABER, PRIMEIRO, SE É CRIADO POR UMA MULHER, SEGUNDO SE ELA É PRETA E AINDA COSTUMO DIVULGAR O PRODUTO PARA OUTRAS PESSOAS."

”

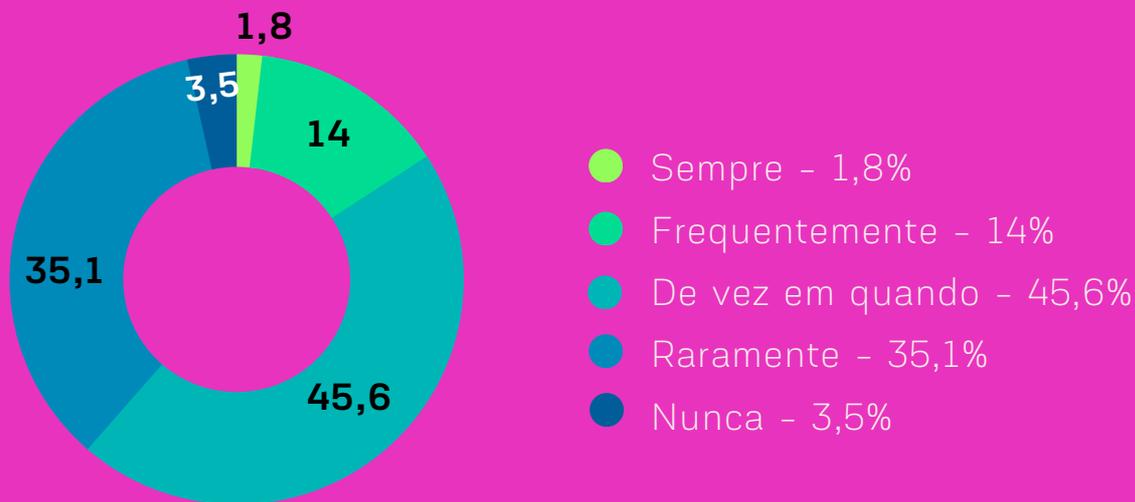
“

"EU ACHO SUPER IMPORTANTE ESSE PROCESSO DE FORTALECIMENTO ENTRE OS NOSSOS. EU COMO CRIADOR DE CONTEÚDO DIGITAL, SEMPRE USO MINHAS REDES PARA DIVULGAR O TRABALHO DE OUTROS PRETOS. EU GOSTO DE ME CERCAR DE GENTE PRETA E TER ELAS SEMPRE COMIGO."

”

SENTIMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A DIVERSIDADE E INCLUSÃO NA PUBLICIDADE

COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ SE SENTE REPRESENTADO EM ANÚNCIOS E PROPAGANDAS?



De pessoas acham os **anúncios mais eficazes** quando apresentam **pessoas de diferentes origens**



De pessoas acham que os anúncios afetam a **percepção que as pessoas** têm de si mesmas

5. RACISMO

Infelizmente, o racismo ainda é uma questão muito presente em todo o mundo. Embora haja avanços em relação ao reconhecimento do problema e da necessidade de combatê-lo, ainda há muito a ser feito para erradicá-lo completamente.

Ele se manifesta de muitas formas, desde a discriminação individual e institucional até a violência racial e o preconceito sistêmico. As pessoas negras ainda enfrentam desvantagens em áreas como a educação, saúde, mercado de trabalho e justiça criminal.

As ações consideradas mais importantes para o combate ao racismo pelos brasileiros são o endurecimento das leis antirracismo e a proteção à cultura negra no país.

AÇÕES CONSIDERADAS MAIS IMPORTANTES PARA O COMBATE AO RACISMO PELOS BRASILEIROS



As ações mais importantes são os **endurecimentos das leis anti racismo** e a **proteção à cultura negra** no país.

