

**O SABER DOS MICROEMPREENDEDORES/AS: (RE)PENSANDO OS SABERES ESTÉTICOS,  
ECONÔMICOS, CULTURAIS ACIONADOS PELOS MICROEMPREENDEDORES(AS) PARA MONTAR UM  
SALÃO DE BELEZA**

Raimundo Washington dos Santos<sup>1</sup>

Orientadora : Suely Aldir Messeder

*Resumo:* O presente paper tem como proposta apresentar a necessidade de se investigar os saberes e as vivências acionadas pelos microempreendedores/as para montar um salão de beleza na cidade de Alagoinhas – Bahia. Tomo como ponto de partida para a reflexão teórica os estudos de relações raciais, relações de gênero e o mundo do trabalho desenvolvido por Ângela Davis (2013) e Suely Carneiro (2009). Para entender as práticas econômicas no âmbito cultural, investiremos no conceito alternativo de *homo situs* e na teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento de Hassan Zaoual (2010) e questões de estéticas corporais de Luciana Maia. O procedimento metodológico será quali-quantitativo com aplicação de questionários e entrevistas aprofundadas sobre a vida dos microempreendedores/as sob perspectiva cultural. Deste modo, espera-se identificar os saberes estéticos mobilizados por microempreendedores/as, bem como redefinir um salão de beleza como um modo de produção cultural. Em suma, só uma perspectiva de crítica cultural pode repensar um salão de beleza como um lugar estético-cultural, e de impacto identitário, indo além de um mero lugar econômico.

*Palavra-chaves:* Crítica Cultural. Salão de Beleza. Modos de Produção. Relações de gênero.

## INTRODUÇÃO

De início, é importante sinalizar que esta pesquisa que tem o título provisório, *O saber dos microempreendedores/as*, a ser desenvolvida no projeto (re)pensando os saberes estéticos, econômicos e culturais acionados pelos microempreendedores/as para montar um salão de beleza. É importante dizer, também, que observa-se a necessidade e preocupação em fazer um recorte para essa pesquisa do sujeito feminino negro para o entendimento da sua atuação mediante o tema proposto, e que ao mesmo tempo vai de acordo, e em consonância aos propósitos do eestrado em Crítica Cultural na linha 2 de pesquisa, a saber 1) Estudo de linguagens, 2) processos de letramento, a partir da perspectiva étnico-racial, de gênero, sexualidades, classe, considerando os sentidos de políticas públicas, deslocamentos e repercussões nas práticas educativas e na sociedade, ao mesmo tempo, crendo-se ser serviente na articulação com a sociedade, com a ciência, com a tecnologia e trabalho.

Nesse sentido querendo compreender como os saberes estéticos culturais promovem, acionam, contribuem e, portanto, são os alicerces para que sejam acionados pelos microempreendedores/as na atividade de montarem o seu salão de beleza.

---

<sup>1</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Crítica Cultural. E-mail: admwashingtonsantos@yahoo.com.br.

Esse espaço rico e cheio de itens diversos a serem analisados, pesquisados, compreendidos quando se pensa em crítica cultural, a saber, questões de estéticas, relações de racismo, raça, relações de gênero, mercado de trabalho, práticas econômicas em um ambiente cultural, itens que subsidiam o enriquecimento no desenvolvimento desse trabalho, percebe-se a necessidade de se repensar um salão de beleza como um lugar estético-cultural, e de impacto identitário, indo além de um mero lugar econômico.

## **CONTEXTUALIZANDO A PESQUISA NO CAMPO DO EMPREENDEDORISMO**

Para um ponto de partida de compreensão do tema é preciso ir ao passado e buscar entender o que é empreendedorismo, condição para a existência do empreendedor. Logo, empreendedorismo configura-se como algo muito subjetivo, todos parecem conhecer, mas não conseguem definir realmente o que seja. Essa subjetividade pode ser devido as diferentes concepções ainda não consolidadas sobre o assunto ou por se tratar de uma novidade, principalmente no Brasil. A ascensão do empreendedorismo vem paralelamente ao processo de privatização das grandes estatais e abertura do mercado interno para concorrência externa. Daí a grande importância de desenvolver empreendedores que ajudem o país no seu crescimento e gere possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos.

Tomando por referência Dornelas (2001) o autor faz um resgate histórico e identifica que a primeira definição de empreendedorismo é creditada a Marco Polo, sendo o empreendedor aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais, e o capitalista assume os riscos de forma passiva. Na Idade Média, o empreendedor deixa de assumir riscos e passa a gerenciar grandes projetos de produção principalmente com financiamento governamental. E no século XVII, surge a relação entre assumir riscos e o empreendedorismo. Bem como, a criação do próprio termo empreendedorismo que diferencia o fornecedor do capital, capitalista, daquele que assume riscos, empreendedor. Mas somente no século XVIII, que capitalista e empreendedor foram completamente diferenciados, certamente em função do início da industrialização.

Com as mudanças históricas, o empreendedor ganhou novos conceitos, na verdade, são definições sob outros ângulos de visão sobre o mesmo tema, conforme Britto e Wever (2003, p. 17), “uma das primeiras definições da palavra empreendedor, foi elaborada no início do século XIX pelo economista francês J. B. Say, como aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”. Já no século XX, tem-se a definição do economista moderno, de Joseph Schumpeter que esclarece que:

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais (SCHUMPETER, 1949, apud DORNELAS, 2001, p. 37).

Contudo, parece que uma definição de empreendedor que atende na atualidade é de Dornelas (2001, p. 37), que está baseada nas diversas definições vistas até então, pois “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. Caracteriza a ação empreendedora em todas as suas etapas, ou seja, criar algo novo mediante a identificação de uma oportunidade, dedicação e persistência na atividade que se propõe a fazer para alcançar os objetivos pretendidos e ousadia para assumir os riscos que deverão ser calculados.

Baseado nas palavras de Dornelas (2001) e quando faz referência a oportunidades e aos riscos a serem calculados de um empreendimento, pode-se pensar nessa linha de raciocínio o mesmo quando se propõe um empreendimento de ordem crítico cultural quando numa relação de gêneros, sujeitos se propõe dar voz, pertencimento e significado a questão de estéticas culturais, econômicas e culturais. Esperando daí algum tipo de resultado, reação diversa da sociedade, um risco a ser calculado com dimensões diversas.

Davis (2013) coloca a questão a questão da mulher negra na busca por sua história para que possam conhecer o seu papel enquanto mulher e negra, e assim destruir a colonização da sua mente e construir de forma autodeterminada seus pensamentos e comportamentos (oportunidades que se constituem), começando por definir como se reconhece como mulher negra, e uma dessas formas é partir de uma ação estética cultural tendo como meio a criação de um salão de beleza como empreendimento, mas ao mesmo tempo, como um espaço estético-cultural, e de impacto identitário, indo além de um mero lugar econômico, o que provoca reações em uma sociedade como a nossa cheia de todo tipo de pré-conceitos e preconceitos.

Isso leva a entender que toda ação iniciada tem seus riscos a serem percebidos mais adiante, mesmo em se tratando de empreendimento que se insere em contextos envolvendo saberes seja de estética, economia e cultura, esse último (cultura) bem esclarecido por Dolabella (1999):

[...] sabe-se que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, e, é [...] fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em um clima de emoção e é capaz de assimilar e experiência de terceiros (DOLABELA, 1999, p. 31).

Conforme Dolabella (1999, p. 12), para se aprende a empreender, faz-se necessário um comportamento pró-ativo do indivíduo, o qual deve desejar “aprender a pensar e agir por conta

própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção”.

Baseado no entendimento do que trata o empreendedorismo e que esse proporciona as pessoas base de compreensão para a realização dos seus empreendimentos, nesse caso concreto e foco de estudo, um empreendimento de ordem cultural, nasce uma inquietação para esta pesquisa, a problemática que busca saber: De que forma os saberes estéticos, econômicos e culturais podem ajudar a acionar ou mesmo mobilizar aos microempreendedores/as da cidade de Alagoinhas na Bahia, a (re)definirem um salão de beleza não meramente como um espaço econômico mas, também, como um lugar estético cultural e de impacto identitário?

Analisando o problema identificado e que se busca responder de forma a elucidá-lo, percebe-se com a fala de Hooks (2005) que numa cultura de dominação e antiintimidade, deve existir a arte do lutar diariamente por permanecer em contato consigo mesmo e com os nossos corpos, uns com os outros. Especialmente as mulheres negras e os homens negros, já que são os seus corpos os que frequentemente são desmerecidos, menosprezados, humilhados e mutilados em uma ideologia que aliena. Um comportamento que inverte a lógica naturalizante, pois passam a celebrar os seus corpos, participam de uma luta libertadora que libera a mente e o coração.

Diz ainda que, o cabelo do afrodescendente certamente é parte intrincada do perfil estético que compreende a identidade negra. A relação que cada um tem com seu cabelo é muito particular. O fato de saber ou não lidar com ele determina a forma como é aceito. Além disso, as possibilidades de informação que cada um tem e as experiências vividas desde a infância até a idade adulta fazem com que as pessoas criem diferentes conceitos sobre a forma como encaram seu cabelo e traços, descendentes das populações que vieram do continente africano. Há também que se considerar as noções de alteridade que cada um tem, que em geral causam um "despertar" para o reconhecimento de uma identidade própria, frente ao espelho e à sociedade.

Atrelado às inquietações que surgem, há objetivos que devem ser trabalhados nesta pesquisa, como identificar os saberes estéticos, econômicos e culturais mobilizados por microempreendedores/as, bem como entender como é feita a redefinição de um salão de beleza como um modo de produção cultural.

Acredita-se que utilizando metodologia quantitativa e qualitativa possam ajudar na investigação proposta, onde o uso de questionários semiestruturados e entrevistas aprofundadas buscando ver junto aos entrevistados e entrevistadas, principalmente mulheres negras empreendedoras e proprietárias de salão de beleza, como de fato esse espaço que em uma primeira vista seria um espaço econômico pode ser visto por outro ângulo, o ângulo crítico cultural.

O legado que se pretende entender étnico cultural, leva-se a buscar nas memórias presentes no imaginário do afrodescendente que são muito ricas em histórias, costumes e mitologias, que fazem continuar uma África além-Atlântico e outra reinventada aqui.

De acordo com Raul Lody:

Ao lado das culturas nativas, a cultura africana é especialmente importante na história dos países que foram escravocratas. É preciso considerar a influência africana nos conceitos estéticos dos colonizadores e a participação de sua cultura na formação da identidade dessas civilizações (LODY, 2004, p. 19).

Segundo o autor, na cultura africana, o corpo é um espaço de manifestação artística, especialmente a cabeça, de modo que "os cabelos e os penteados assumem para o africano e os afrodescendentes a importância de resgatar, pela estética, memórias ancestrais, memórias próximas, familiares e cotidianas." (LODY, 2004, p. 65).

Como sugere a teoria dos sítios, segundo Zaoual (2010):

[...] o homo situs é um "interpretador" da situação, ele o é no imediato e na dinâmica de sua situação. É o homem social, pensando e agindo em uma dada situação. E ele é tudo isso, veiculando o sentido do momento, aquele de sua situação com todo o peso do passado e da mudança que se impõe. É, portanto, no interior destas múltiplas contingências que ele exerce seu comportamento econômico. Assim, contrariamente ao homo oeconomicus, o homo situs é um homo comunicante com o seu meio. Ele é relacional antes de ser racional no sentido da teoria econômica. Neste sentido, o homo situs reencaixa o homo oeconomicus e liberta o homo sociologicus.

Evidentemente, o Homem permanece um "animal social complexo" (GIBBARD, 1996, p. 87) e por isso, o homo situs não separa as dimensões de sua existência real que nós compartimentamos pelas nossas ciências acadêmicas. O homo situs é indisciplinado e evolutivo a despeito do habitus (Bourdieu/ano) que seu meio lhe transmite por meio da socialização e das rotinas adquiridas. Esta margem de liberdade funda as especificidades da pessoa e sua capacidade criativa.

Nessa capacidade criativa é que se percebe a necessidade do resgate através dos saberes estéticos culturais a ratificação identitária dos microempreendedores/as principalmente o sujeito negro feminino.

Considerando-se a visão do Ministério da Cultura, que defende que a cultura popular é a expressão mais legítima e espontânea de um povo. Ao mesmo tempo em que carrega em si elementos fundadores de uma cultura, resulta de um constante processo de transformações, assimilações e misturas. Ao assumir e reconhecer sua fundamental importância para a construção de uma identidade nacional que compreenda toda a diversidade das manifestações culturais, percebe-se um passo importante em direção ao fortalecimento de uma consciência cidadã.

No caso da cultura da arte de empreender um salão de beleza não como fator unicamente econômico mas estético e cultural, percebe-se ser esta uma arte que além de ressaltar o orgulho étnico, tem um papel fundamental na configuração social e econômica do local, pois deixa de ser apenas a cultura étnica popular, ensinada em casa e passa a ser profissão e forma de sustento para várias famílias e legitimação identitária.

De acordo com Carneiro (2010) pensar a contribuição do feminismo negro na luta anti-racista é trazer à tona as implicações do racismo e do sexismo que condenaram as mulheres negras a uma situação perversa e cruel de exclusão e marginalização sociais. Tal situação, por seu turno, engendrou formas de resistência e superação tão ou mais contundentes.

Diz ainda que, o esforço pela afirmação de identidade e de reconhecimento social representou para o conjunto das mulheres negras, destituído de capital social, uma luta histórica que possibilitou que as ações dessas mulheres do passado e do presente (especialmente as primeiras) pudessem ecoar de tal forma a ultrapassarem as barreiras da exclusão, principalmente no mercado de trabalho.

Dessa forma, percebe-se que a participação da mulher negra na condição de empreendedora de salão de beleza, a partir dos seus saberes acionados e mobilizados contribui, também, numa perspectiva de crítica cultural podendo possibilitar o repensar de um salão de beleza como um lugar estético-cultural, e de impacto identitário, indo além de um mero lugar econômico.

A dimensão político e institucional é a base para a sustentabilidade, no momento em que as políticas públicas podem interferir em todas as dimensões e fortalecerem os processos de desenvolvimento regional sustentáveis.

De acordo com Zaoual (2010) a importância dessa dimensão para o novo homem (*homo situs*) está em valorizar o local, seu pertencimento e assim seu sítio simbólico, buscando não somente criar ou manter o pertencimento, mas também criar condições para este homem permanecer no seu local onde estão suas raízes.

Informa ainda que os sítios simbólicos de pertencimento são espaços humanos onde as dimensões da sociedade podem se adequar, se adaptar e necessitam da sustentabilidade, por esta ser multidimensional e valorizar o ser humano e a natureza com igual importância para a continuidade da humanidade. O pertencimento do *homo situs* é o elo entre os sítios simbólicos e o desenvolvimento sustentável.

Reflete-se com isso a necessidade de ver a importância da mulher negra no mercado de trabalho como uma figura empreendedora. Nesse sentido, pode-se crer que as três grandes revoluções da mulher foram: a chegada dos métodos contraceptivos; sua entrada na Universidade ou

até mesmo na escola e seu engajamento no mercado de trabalho, baseado na arte dos seus microempreendimentos.

Nessa perspectiva, a luta das mulheres negras contra a opressão de gênero e de raça vem moldando novos contornos para a ação política feminista e anti-racista, enriquecendo tanto a discussão da questão racial, como a questão de gênero na sociedade brasileira e sua presença no mercado de trabalho (CARNEIRO, 2003, 118).

Nas últimas décadas o movimento brasileiro de mulheres vem ganhando novas características e se firmando como sujeito político ativo no processo brasileiro de democratização política e de mentalidades, mostrando seu potencial e principalmente a sua força de trabalho em um cenário considerado machista, racista e sexista.

## REFERÊNCIAS

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. *Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARNEIRO, Sueli. *Mulheres em movimento*. Estudos Avançados, São Paulo, nº 49.2003.

DAVIS, Angela Yvonne. *Mulher, Raça e Classe*. Trad. Livre. Plataforma Gueto. 2013.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

HOOKS, Bell. *Alisando nosso Cabelo*. Revista Gazeta de Cuba – Unión de escritores y Artista de Cuba, janeiro-fevereiro de 2005. Tradução do espanhol: Lia Maria dos Santos. Retirado do blog coletivomarias.blogspot.com/.../alisando-o-nossocabelo.html

LODY, R. G. da M. *Cabelos de Axé: Identidade e resistência*. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2004. 136p.

Ministério da Cultura, em *Seminário Nacional de Culturas Populares* de 23 a 26/02/2005;

Disponível em:

[http://www.cultura.gov.br/foruns\\_de\\_cultura/culturas\\_populares/seminario\\_nacional](http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/culturas_populares/seminario_nacional) Acesso em 21/08/2014

ZAQUAL, H. O homo situs e suas perspectivas paradigmáticas. In: revista *OIKOS*. Rio de Janeiro, Volume 9, nº1, 2010.



## A MICARETA DE FEIRA DE SANTANA COMO MERCADORIA DE CONSUMO

Regina Beatriz Suzarte Ferreira<sup>1</sup>

Orientador: Prof. Dr. Ricardo O. Freitas (orientador)

*Resumo:* Este paper tem o objetivo de relatar o processo de desenvolvimento do meu projeto de pesquisa, que pretende verificar formas da cultura de massa na Micareta de Feira de Santana, promovendo uma reflexão sobre as consequências que estas causam à identidade cultural da comunidade e do cidadão feirense. Dentre essas formas é possível destacar o descaso para com os blocos afros, afoxés e escolas de samba que desfilam na festa; e a supervalorização e padronização dos “blocos de abadás”. Buscar-se através desta pesquisa investigar tal contexto com a cooperação e participação de membros representativos das agremiações e comunidades vitimadas, lançando mão assim, no que diz respeito ao procedimento de coleta, da Pesquisa-ação. Segundo a natureza dos dados, esta pesquisa tem cunho qualitativo, uma vez que trata da investigação de valores, atitudes e motivações do público pesquisado, sem preocupação estatística. A proposta então é abordar o conceito de cultura pelo viés da ruptura e não da tradição; nem a Cultura do dominador nem a Cultura do dominado, mas uma outra coisa, um espaço onde os diversos e os múltiplos possam coexistir. No que se refere aos resultados finais, importa destacar que esta investigação se encontra no processo de elaboração do segundo capítulo, constituído do cotejo entre os dados coletados no decurso da festa, uma vez que a pesquisa de campo *in locus* já foi realizada; a entrevista com o líder das agremiações (por se realizar); e as ideias de teóricos que embasam a pesquisa.

*Palavras-chave:* Violência discursiva. Mercadoria. Mecanismo de controle.

### INTRODUÇÃO

Gostava de assistir ao cortejo dos blocos afros que desfilavam na Micareta de Feira, nos anos 80. Amava o som da percussão, o colorido das fantasias, a dança e a alegria contagiante. Não tinha noção naquela época, de que enquanto desfilavam, contavam a sua história, faziam os seus protestos e principalmente clamavam por igualdade. Também apreciava a coroação do Rei Momo, da rainha e das princesas da micareta. Não menos prazeroso era ver desfilarem os chamados blocos de corda, em que os foliões vestidos com mortalhas eram conduzidos por um trio elétrico, e separados dos “foliões pipocas” por cordas fortemente levadas por homens fortes que cuidavam da segurança do grupo.

Era para mim, uma festa de cores, odores, tons e peles. Era uma alegria esperar abril, minha mãe festejava meu aniversário, que durante muitos anos ocorria justamente no decurso da festa. Era alegria dobrada, receber presentes, colar estrelinhas coloridas no rosto e purpurina nos cabelos. Adorava os confetes e o cheiro que sentia discretamente dos foliões que cheiravam lança-perfume em lenços de pano; eu não entendia por que era proibido cheirar um perfume tão agradável. Na década de 90, os blocos de abadás ganharam força, os camarotes também se tornaram visíveis para

---

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Crítica Cultural. E-mail: reginabeatriz.sf@hotmail.com.