

Saber ancestral ganhou o mercado

Uma habilidade transmitida entre mães, avós e filhas começa a ganhar contornos de uma cadeia de negócios no Rio Grande do Sul. Tranças, produtos para cabelos afro, cursos de formação e serviços especializados movimentam salões, fornecedores e novas marcas, enquanto empreendedoras transformam conhecimentos aprendidos dentro de casa em empresas, métodos próprios e fontes de renda.

A origem desse movimento, porém, não está nas vitrines. Está na memória. Por gerações, trançar cabelos foi um conhecimento compartilhado dentro das

famílias negras, associado ao cuidado, à identidade e à ancestralidade. Na concepção iorubá, o orí, literalmente “cabeça”, também carrega um sentido que ultrapassa o corpo físico e está relacionado à individualidade, à personalidade e ao destino.

Ao longo do tempo, essa habilidade também esteve associada ao trabalho doméstico, ao complemento de renda e à informalidade. Agora, passa por outra transformação: técnicas próprias, formação profissional, presença digital, desenvolvimento de produtos, contratação de equipes e construção de marcas

passam a integrar uma atividade que movimenta diferentes elos da economia da beleza.

No Rio Grande do Sul, a mudança pode ser observada especialmente em Porto Alegre e na Região Metropolitana. O que por muito tempo foi tratado como um “bico” começa a assumir características de negócio: há salões especializados, profissionais que vivem exclusivamente da atividade, escolas que formam novas trançistas e empreendedoras que desenvolvem produtos para atender necessidades específicas de um mercado ainda pouco contemplado pela indústria tradicional.



GABRIELI SILVA/ESPECIAL/JC

Trancistas transformam conhecimento em serviços especializados

Do papelão à marca que abriu caminhos

A trajetória da angolana Elisa Mateus, 36 anos, ajuda a contar parte da transformação do empreendedorismo na periferia, especialmente o das trançistas. Aos 12 anos, quando chegou ao Brasil, em 2001, ela encontrou um cenário que descreve como “verdadeiro extermínio da estética afro”. Os cabelos trançados eram cercados de apelidos pejorativos, e a atividade profissional ainda estava longe de ser reconhecida como um mercado estruturado.

Aos 17 anos, Elisa e uma prima procuravam uma forma de conquistar independência financeira. Sem dinheiro para investir, começaram com o que tinham à mão. “Não tínhamos absolutamente nenhum centavo para investir no negócio. Pegamos um pedaço de papelão, escrevemos ‘faz-se tranças’ e penduramos na parede da nossa casa.”

O retorno foi imediato. Em

pouco tempo, a sala de casa ficou pequena para a demanda da clientela. Com orientação da mãe de Elisa, então estudante de Administração, nasceu, em novembro de 2007, o Tranças África. O que começou com um pedaço de papelão transformou-se em uma empresa que hoje recebe clientes da Grande Porto Alegre, de outros Estados e até do exterior.

A expansão ultrapassou o próprio salão. Segundo levantamento realizado pela empresa, ao menos 33 estabelecimentos afro surgiram na região a partir de 2012 influenciados pelo modelo de Tranças África. O pioneirismo, porém, não terminou na criação do salão. Ao observar as dificuldades encontradas pelas próprias clientes para cuidar dos cabelos durante o uso das tranças, Elisa identificou outro espaço de mercado.



GABRIELI SILVA/ESPECIAL/JC

Elisa inspirou outras mulheres a empreender no entorno do seu salão

Tranças deram origem a novos produtos

A experiência acumulada no salão levou Elisa Mateus a perceber uma lacuna que ia além do serviço. Os produtos disponíveis para pessoas que usam tranças ou estão em transição capilar nem sempre atendiam às necessidades específicas desses cabelos. “O condicionador comum não pode ir na raiz de quem está de trança. O shampoo tradicional é muito denso e precisa ser diluído.”

A partir dessa percepção, Elisa desenvolveu uma linha própria

em parceria com uma fábrica no Rio de Janeiro. Sob o conceito “de nós para nós”, a marca reúne produtos como mousse refrescante, shampoo de limpeza equilibrada e kits de nutrição.

A demanda por produtos específicos também aparece na trajetória de Giordana Nunes Pires. Estudante de Estética e Cosmetologia, ela passou a investigar a composição dos produtos utilizados nos cabelos e identificou uma lacuna especialmente nos cuida-

dos relacionados às tranças.

“Em relação às tranças, ainda são poucos os produtos. E os que têm, eles vêm com componentes, inclusive, que podem ser cancerígenos, podem prejudicar.”

A partir dessa percepção, Giordana planeja avançar da seleção dos produtos existentes para a formulação dos próprios cosméticos. A ideia é criar uma linha específica para tranças, com gel, pomada e cera, utilizando produtos naturais.

Beleza não precisa doer

À frente do Dai Braids, Daiane Pires Pereira representa uma nova etapa dessa profissionalização: a criação de um diferencial técnico. Aos 25 anos, mãe de três filhos, ela transformou uma preocupação comum entre consumidoras de tranças em especialidade ao criar o método Rainha Ori, técnica que busca reduzir a tensão do couro cabeludo e de danos causados pela tração excessiva na raiz.

A ideia surgiu da própria experiência, ao observar casos de queda e alopecia por tração. “Tenho uma cliente que vem uma vez por mês de Santa Catarina só por causa da minha técnica indolor, porque tem o couro cabeludo sensível e não achou ninguém lá que fizesse sem doer.”

Para Daiane, o desconforto não deve ser tratado como parte inevitável do serviço. “Eu busco trabalhar com uma técnica que dá conforto, para mostrar que aquela frase que odeio — ‘para ser bonita



GABRIELI SILVA/ESPECIAL/JC

Daiane criou uma técnica para resolver a preocupação das consumidoras

tem que sofrer’ — não é verdade.”

A formação que sustenta o método também foi construída de forma gradual. No auge da pandemia, negativada no SPC, Daiane usou R\$ 300 do limite de um cartão para pagar sua primeira formação técnica. Desde então, acumulou 16 cursos.

O investimento em qualificação também mudou a percepção sobre o valor do próprio traba-

lho. A primeira trança que fez custava R\$ 50. Hoje, os serviços variam de R\$ 380 a R\$ 600, e, em alguns modelos, somente a mão de obra chega a R\$ 500. O salão fatura entre R\$ 10 mil e R\$ 12 mil por mês, mantém duas colaboradoras e também oferece cursos para outras mulheres.

Leia mais nas próximas páginas ►►