



PESQUISA 2020

CADÊ NOSSA BONECA?

#RepresentatividadeImporta e é um direito.

by @celia





Por Mylene Alves¹ e Ana Oliva Marcilio²

PESQUISA 2020: *Cadê Nossa Boneca?*

Definitivamente 2020 é um ano que ficará marcado na história, entre tantos motivos, pela onda de manifestações antirracistas que eclodiram no mundo em decorrência da morte do ex-segurança George Floyd, nos Estados Unidos, durante abordagem policial em maio. No Brasil, país cujo levantamento do Atlas da Violência 2020 mostra crescimento da taxa de homicídios de negros em 11,5% entre 2008 a 2018, e queda da de não negros em 12%, cidadãos saíram às ruas em junho engrossando o coro em defesa da igualdade de direitos da população negra. Inegavelmente, o que se viu nas principais cidades do país parece ser a culminância de um processo que se acelerou nos últimos anos, no qual a população negra brasileira tem buscado, cada vez mais, maior representatividade para aqueles que, segundo o último censo do IBGE, compõem 56% da população.

Enquanto algumas marcas e empresas dão sinais de escuta dessas vozes e buscaram adequar posicionamentos e estratégias comerciais a indústria de brinquedos insiste em não responder, de forma mais ágil e mais expressiva, à demanda por maior representatividade no mercado de bonecas pretas, ignorando as vozes dos especialistas ao afirmarem que o processo de auto identificação, que acontece durante o processo de brincar, é fundamental para o desenvolvimento da autoestima das crianças, impactando no adulto futuro e na sociedade.

Marcadamente, vimos a bancada de cobertura do programa *Em Pauta*, da GloboNews, ser mudada em menos de 24 horas, no mês de junho, passando a ser composta, exclusivamente, por jornalistas negros, após demanda explicitada nas redes sociais em decorrência de críticas pelas discussões sobre racismo serem encabeçadas por jornalistas brancos. Recentemente, a Magazine Luiza, cuja presidente é a mulher mais rica do Brasil, abriu processo seletivo para estagiários negros, apenas. Ainda a passos lentos, temos percebido uma evolução nos meios de comunicação e na publicidade com mais personagens e modelos negros em campanhas publicitárias, surgiram mais produtos destinados a esses 56% da população nos mais diversos segmentos como beleza, higiene e moda. Esses movimentos apresentam-se no bojo de um clamor por adoção de atitudes antifascistas por empresas e atores sociais que, fundamentalmente, também constituem estratégia de sobrevivência em um contexto que, enfim, apresenta novos contornos.

A Campanha

A campanha *Cadê Nossa Boneca?* nasceu em 2016 como uma grande ação de conscientização via mídia social, que visava sensibilizar a sociedade sobre a importância da representatividade no mercado de bonecas. Naquele ano, foi realizado o primeiro levantamento dentre os fabricantes afiliados à Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos (ABRINQ) que contabilizou a quantidade de modelos de bonecas negras presentes em seus portfólios. Lojas online também foram avaliadas para levantar como estava a oferta nestes canais. O resultado desanimador indicou que os modelos de bonecas negras representavam apenas 6% do total das fabricadas e 9%, das comercializadas em lojas online.

Em 2018, num segundo esforço do levantamento, pouco havia mudado. Naquela vez, dentre os modelos fabricados, apenas 7 % eram de boneca negras.

¹ Mylene Oliveira Alves psicóloga de formação que atua nas áreas de planejamento estratégico de comunicação e pesquisa de comportamento do consumidor, desde 2004, e que, desde 2016, monitora a produção industrial e comercialização de bonecas negras no mercado brasileiro

² Ana Oliva Marcilio é psicóloga formada pela UFBA, mestre em Educação e Justiça Social pela Universidade de Londres. É consultora associada da Avante - Educação e Mobilização Social desde 2001 e defensora do Direito de Brincar (BNCC) para uma infância plena e feliz. Ana é engajada na luta contra todas as formas de discriminação, inclusive o racismo.



A baixa oferta de bonecas negras no mercado brasileiro deve ser encarada como uma questão importante e de amplo impacto no desenvolvimento das crianças brasileiras. É sabido que crianças apreendem sobre questões raciais desde muito cedo. Estudos mostram que as crianças conseguem distinguir características raciais e de gênero, antes mesmo de aprender a andar. Entre 2 e 4 anos, internalizam vieses raciais. Isto posto, o hábito de brincar, contexto de estímulo de aprendizado e socialização amplamente preconizado, deve ser idealmente permeado por ambiente e estímulos que propiciem a diversidade. Parece óbvio, portanto, que num mercado composto de 56% de população negra, a oferta de bonecas pudesse minimamente representar suas características. Mas o cenário segue muito distante do ideal

Este ano, a terceira onda de levantamento sobre a oferta de bonecas negras no mercado brasileiro indicou pouca ou nenhuma mudança de cenário. Em agosto de 2020, o levantamento foi realizado pela terceira vez, na intenção de entender a evolução no processo de fabricação e venda de bonecas negras no Brasil.

Metodologia

O levantamento foi feito em agosto de 2020, por meio de análise de sites de E-commerce de 14 dos 22 fabricantes de brinquedos associadas à ABRINQ³, repetindo a metodologia utilizada nos levantamentos realizados em 2016 e 2018. Desses, foi contabilizada a quantidade de modelos de bonecas negras e brancas disponibilizados em seus portfólios. Alguns fabricantes ficaram de fora da pesquisa em função de problemas no site.

Total dos associados da Abring:

1. ANJO BRINQUEDOS
2. ADJOMAR BRINQUEDOS
3. BRINQUEDOS CARDOSO
4. BRINQUEDOS MIMO
5. BUBA*
6. BRINQUEDOS ZUCATOYS
7. BRINQUE FELIZ
8. BRINQUEDOS HORIZONTE*
9. CANDIDE*
10. COTIPLÁS
11. DIVERTOYS
12. DODO*
13. ESTRELA
14. LATOY*
15. LUA DE CRISTAL*
16. MIKETAS BRINQUEDOS*
17. MILK
18. MULTIBRINK
19. ORANGE TOYS*
20. ROMA BRINQUEDOS

³ A pesquisa de inventário dos associados da ABRINQ foi feita em <http://www.abring.com.br/associados/> no mês de agosto do ano 2020.



21. SID-NYL
22. SUPERTOYS

Sites em manutenção:

1. BUBA*
 2. BRINQUEDOS HORIZONTE*
 3. CANDIDE*
 4. DODO*
 5. LATOY*
 6. LUA DE CRISTAL*
 7. MIKETAS BRINQUEDOS*
 8. ORANGE TOYS*
-

Fabricantes analisados na pesquisa:

- | |
|------------------------|
| 1. ANJO BRINQUEDOS |
| 2. ADJOMAR BRINQUEDOS |
| 3. BRINQUEDOS CARDOSO |
| 4. BRINQUEDOS MIMO |
| 5. BRINQUEDOS ZUCATOYS |
| 6. BRINQUE FELIZ |
| 7. COTIPLÁS |
| 8. DIVERTOYS |
| 9. ESTRELA |
| 10. MILK |
| 11. MULTIBRINK |
| 12. ROMA BRINQUEDOS |
| 13. SID-NYL |
| 14. SUPERTOYS |



Dentre as empresas analisadas, apenas oito possuíam bonecas negras nos respectivos inventários. Em todos eles, a proporção de modelos de bonecas negras em relação às bonecas brancas é inferior a 20%.

FABRICANTES DE BONECAS - ABRINQ	BONECAS BRANCAS	BONECAS NEGRAS	TOTAL
ANJO BRINQUEDOS	78	0	78
ADJOMAR BRINQUEDOS	25	1	26
BRINQUEDOS CARDOSO	462	11	473
BRINQUEDOS MIMO	45	0	45
BUBA	0	0	0
BRINQUEDOS ZUCATOYS	3	0	3
BRINQUE FELIZ	35	4	39
BRINQUEDOS HORIZONTE	0	0	0
CANDIDE	0	0	0
COTIPLÁS	61	15	76
DIVERTOYS	68	8	76
DODO	0	0	0
ESTRELA	23	4	27
LATOY	0	0	0
LUA DE CRISTAL	0	0	0
MIKETAS BRINQUEDOS	0	0	0
MILK	82	17	99
MULTIBRINK	24	2	26
ORANGE TOYS	0	0	0
ROMA BRINQUEDOS	13	0	13
SID-NYL	53	0	53
SUPERTOYS	51	8	59
TOTAL 2020	1023	70	1093
TOTAL 2018	762	53	815

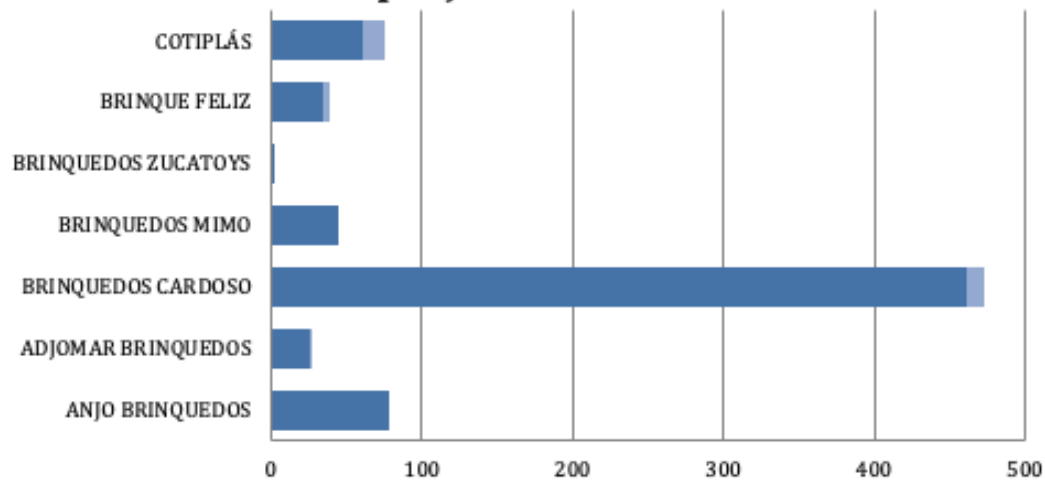
Foram contabilizados 1.093 modelos de bonecas nos sites dos fabricantes de bonecas associados à ABRINQ. Desses, apenas 70 eram negras, ou seja aproximadamente 6% do total da amostra. Na análise comparativa com a pesquisa anterior, houve queda de um ponto percentual no resultado global dos modelos de bonecas negras disponíveis no mercado.

2016			2018			2020		
Total analisadas	bonecas	Bonecas negras	Total analisadas	bonecas	Bonecas negras	Total analisadas	bonecas	Bonecas negras
1.945		131 (6,3%)	762		53 (7%)	1.093		70 (6%)

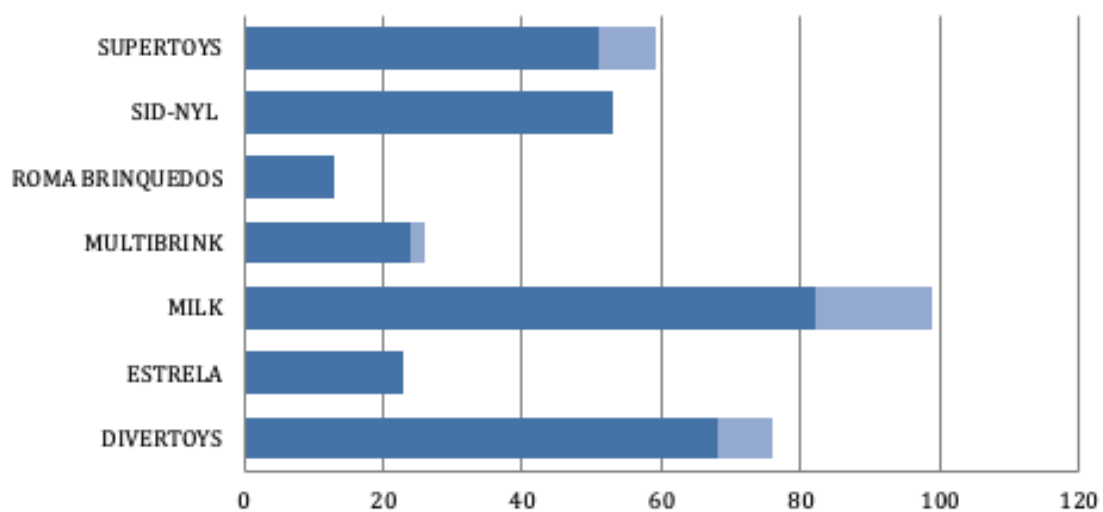
Na análise por fabricante, observamos que o Cotiplás é o que possui a maior proporção, dentre as empresas pesquisadas, de modelos de bonecas negras em relação às bonecas brancas, com 19,73%; seguido por Milk, 17,7%; Supertoys, 13,55%; Divertoys, 10,52%; e Brinque Feliz, 10,25%. Os demais que listam na relação não alcançaram sequer a proporção de 10% na análise comparativa: Brinquedos Cardoso, 2,32%; Adjomar Brinquedos, 3,84% e MultiBrink, 7,69%.



Proporção de Modelos

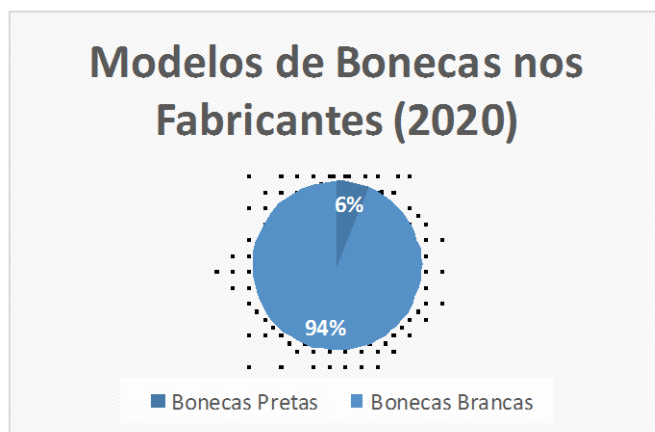


Proporção de Modelos





Percebe-se também a diminuição das bonecas negras em relação a 2018 em um ponto percentual, como mostra o gráfico abaixo.



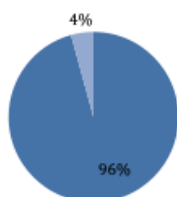
Revendedores Online Avaliadas

De forma aleatória, selecionamos três *e-commerces* de atuação nacional para averiguar a presença de bonecas negras disponíveis à venda: Magazine Luiza (www.magazineluiza.com.br), Lojas Americanas (www.americanas.com.br) e Submarino (www.submarino.com.br).

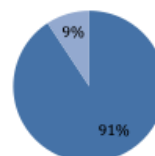
A quantidade de bonecas negras tem a pior situação encontrada no Submarino, com apenas 917 de 12.259 (7,48%) bonecas à venda em seu e-commerce; seguida pelas Americanas, com 1.096 de 9.611 (11,40%) e pela Magazine Luiza, com 1.171 de 9.393 (12,46%).

Definimos também a troca do site da Walmart pela Magazine Luiza, em relação à pesquisa de 2018, pois o mesmo deixou de ser nacional. Percebe-se um pequeno aumento na quantidade de bonecas nos sites de *e-commerce* comparados a 2018, como podemos ver abaixo.

**TOTAL DE BONECAS
NOS REVENDEDORES
2018**



**TOTAL DE BONECAS
NOS REVENDEDORES
2020**





Considerações Finais:

A *Campanha Cadê Nossa Boneca?* promove ações de conscientização sobre a importância da representatividade negra na infância para meninos e meninas e mobiliza produtoras de bonecas negras artesanais em todo o país.

A presente pesquisa é uma realização da Avante – Educação e Mobilização Social, instituição da sociedade civil que atua há 24 anos .

As informações disponíveis na presente pesquisa não consideram o volume de produção de bonecas negras no mercado brasileiro e sim o número de modelos de bonecas produzido pelos fabricantes de brinquedos consultados.

O presente levantamento também não contempla análise sobre a qualidade dos brinquedos nem a tecnologia adota pelos fabricantes.

Também é importante salientar que a ausência de possíveis fabricantes de brinquedos na pesquisa não significa dizer que os mesmos não produzam bonecas negras, mas sim que, à época do levantamento, suas informações não estavam cadastradas no site da ABRINQ.