

QUANDO A PAUTA É REPRESENTAÇÃO, VALE MAIS  
IDENTIDADES OU EMPREENDEDORISMO DE SI?

Uma análise de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s

ANA CAROLINA COSTA DOS ANJOS



**BLACK  
LIVES  
MATTER**

ANA CAROLINA COSTA DOS ANJOS

QUANDO A PAUTA É REPRESENTAÇÃO, VALE MAIS IDENTIDADES OU  
EMPREENDEDORISMO DE SI? Uma análise de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação  
em Sociologia da Universidade Federal de São  
Carlos, para obtenção do título de doutora em  
Sociologia.

Orientador: Valter Roberto Silvério

São Carlos-SP

2021

Anjos, Ana Carolina Costa dos

Quando a pauta é representação, vale mais identidades ou empreendedorismo de si? : Uma análise de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s / Ana Carolina Costa dos Anjos -- 2021.  
242f.

Tese de Doutorado - Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, São Carlos  
Orientador (a): Valter Roberto Silvério  
Banca Examinadora: Fernando de Figueiredo Balieiro, Antonio José Pedroso Neto, Tatiane Consentino Rodrigues, Priscila Martins Medeiros, Richard Miskolci Escudeiro  
Bibliografia

1. Empreendedorismo de si. 2. Youtube. 3. Representação. I. Anjos, Ana Carolina Costa dos. II. Título.

Ficha catalográfica desenvolvida pela Secretaria Geral de Informática (SIn)

DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Bibliotecário responsável: Ronildo Santos Prado - CRB/8 7325



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS**

Centro de Educação e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia

---

**Folha de Aprovação**

---

Defesa de Tese de Doutorado da candidata Ana Carolina Costa dos Anjos, realizada em 07/10/2021.

**Comissão Julgadora:**

Prof. Dr. Valter Roberto Silverio (UFSCar)

Prof. Dr. Fernando de Figueiredo Balieiro (UFSCar)

Prof. Dr. Antonio José Pedroso Neto (UFSCar)

Profa. Dra. Tatiane Cosenino Rodrigues (UFSCar)

Profa. Dra. Priscila Martins Medeiros (UFSCar)

Prof. Dr. Richard Miskolci Escudeiro (UNIFESP)

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia.

Ao meu sobrinho João Pedro, minhas sobrinhas  
Lívia e Letícia e àquela(e)s que tentam  
construir novos regimes de representação da  
população negra.

## AGRADECIMENTOS

“Escolhi melhor os pensamentos, pensei”. Assim, foi de “agradecer e abraçar” que construí o ‘caminho-doutorado’ e neste texto de ‘estrada-escrita’, na encruzilhada Agradecimentos cabe a expressão de gratidão àquela(e)s que fizeram dessa caminhada algo menos duro e encantador.

Agradeço àquele que cuida da minha cabeça e dos meus caminhos, Zará Kitembo, meu pai.

Àquela cujas as pontas dos destinos decidimos dar um nó, Milena, minha companheira amada, muito obrigada. Sua inteligência, sagacidade, jeito de fazer rir e confrontar traz lavanda para nosso caminho. Essa tese é nossa! Foram muitas as horas que discutimos teorias e detalhes, lemos juntas e conversamos. Seus conselhos vinham com: “Mas, Carol, isso é óbvio e ululante” eu me ria, porque até então não era nada óbvio. Você é incrível e ter nossos caminhos se cruzando é daquele tipo que coisa que só se agradece a abraça.

Àqueles que vieram primeiro e ensinam sobre a caminhada, dona Conceição e seu Wanderlei, meus pais, muito obrigada. Retornar para Beagá, em 2021, foi só asê e alegria. Bom é estar perto de vocês em um momento tão difícil. Com risadas, conversas e muita comida gostosa fomos aliviando a jornada. Obrigada, meus pais. À minhas irmãs e irmãos por sempre apoiam e torcem. Valeu Rose, Pedro, Kdu e Cysi, amo vocês. À minha prima amada, Iara Marina, por ser quem é e por ter caminhado junto na produção desta tese. À tia Vera, por ser tão generosa, especial e sempre apoiar meus passos.

Àqueles que ‘entre chorar os mesmos choros, sorrir os mesmos sorrisos’, agradeço por serem uma família escolhida. Obrigada madrinha-irmã Rafaela Mazzola que, mais uma vez, foi parceira de caminhada. Entre áudios, fotos, videochamadas e entusiasmos muitos (desde 2009, em uma certa aula de Ética) seguimos quicando nas cadeiras e se empolgando-nos com aprendizados. Agradeço também ao meu irmão-primado-padrinho, José Ernane. Nego, você é uma das pessoas que mais amo nesta vida. Agora, acabou. Logo menos chego para um café e todo afeto que cabe nos nossos braços. O que cabe em um ‘ataque canceriano’? A neguinha vai ser doutora, Cara! Agradeço à Bia Schwenck, para mim, Beatriz Jhoissy, sua tranqueira, te amo muito. Obrigada por ser tão gentil, generosa e me ensinar tanto. Cheguei, vai dar bom!

Àqueles que se fizeram família com uma outra abordagem. Mal sabia que ao conhecer a Milena conheceria uma parte da minha família. Minha sogra, dona Lúcia, muito obrigada, mãezinha, pelas preces, risadas, brincadeiras e conversas. Mara Rúbia, minha cunhada, você é mais do que uma amiga. Muito obrigada por cada troca, aprendizado, conversas e até

‘ensinamentos-tranqueiras’, tais como: “Carolina, você tem que enganar seu cérebro”. Má, eu te amo. Elisa Uliana, minha concunhada, a artista que produziu (arrasou) a capa desta tese, foi parceira de casa durante o difícil ano de 2020. Elisa, você poderia fazer ‘timinho’ comigo, mas daí escolhe zoeira sempre. Mesmo assim, amo você e muito obrigada.

Àquelas e àqueles que compõe a turma PPGS-UFSCar 2018. Pelo nome de Fernanda Mallak (madrinha de casamento) e Bruna Padilha (Bruninha), amigas queridas que conheci no doutorado agradeço a todo(a)s colegas que fizeram caminho-doutorado, em estradas paralelas e que se cruzaram em diversas esquinas da vida. As encruzilhadas de faziam em conversas, trocas de textos, autores e perspectivas, mas também de abraços e cervejas geladas... “Sê trouxa na vida é nós”.

Àquelas e àqueles que possibilitaram o florescimento do sentimento de pertença. Agradeço a galera do Núcleo de Estudos Afro-brasileiros da UFSCar e, especialmente, ao grupo Transnacionalismo negro e diáspora africana. Cada encontro era uma kizomba intelectual, asê de referências, gira epistemológica, abraços e comidas, fizemos quilombo para existir na universidade. Obrigada Karina Almeida (que me recebeu em São Carlos); Luana Trindade (11 horas, na esquina, hein, Caprica?!); Carol Melo (outras trincheiras virão, Nega); Karina Camargo (foi uma delícia trabalhar com você na organização do dossiê e na Revista Áskesis, que venham outros desafios); Dioniso Pimenta (uma das pessoas mais inteligentes e generosas que já conheci na vida); Marcelo Diop (baiano porreta, com ‘letra certa’ para conversas); Gabi (sua energia, inteligência e pensamento rápido, me impactaram desde que te vi pela primeira vez, em 2017) Flor(ência) (mineirinha-flor, querida que me fez ter saudades da Biologia) e aos ‘meninos’ Hasani e Iberê, muito obrigada pelas trocas.

Agradeço à Sofia Martins, você que acabou de chegar aqui em casa, para gente despachar essa tese na encruzilhada certa. Minha amiga doutora como é bonito tudo que temos construído, cada acolhimento, afeto, trocas de textos e compartilhar de sentimentos, autores, vídeos, filmes, músicas... tudo. “Tem gente que tem cheiro de colo de deus”, sinto esse cheiro ‘n’ocê’. Muito obrigada, Sofis, além de tudo, pela leitura cirúrgica que fez do capítulo 4. Ainda faremos muito *nessa e dessa* gira intelectual.

Agradeço ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFSCar, pela excelência no ensino e pesquisa, pelo espaço de crescimento intelectual e incentivo para ir além. Um programa de pós-graduação é feito de sujeitos, agradeço a competente e muito organizada secretária Silmara, aos professores e as professoras. Agradeço especialmente à Priscila Medeiros, Fabiana Luci, Gabriel Feltran, Jacob Lima e Samira Feldman aprendi demais com vocês e ainda tem coisas que estou processando.

Ao professor Valter R. Silvério, orientador, por ter me apresentado ao grupo de pesquisa, pelas aulas inspiradoras com tantos autores e autoras, formas de pensar que faziam-me sair da aula precisando ficar em silêncio por horas, para deixar decantar. Talvez ainda precise de mais um doutorado para entender tudo que aconteceu.

À Mariana Pezzo pela oportunidade de me reencantar com o jornalismo. Produzir e apresentar o Podcast Coletividades, com você, fez com que lembrasse o motivo de ter escolhido o Jornalismo: a difusão do conhecimento. Pelo seu nome agradeço a todas pessoas que fazem um trabalho incrível no Laboratório aberto de Interatividade (Labi-UFSCar).

Agradeço ao **Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)**, pela bolsa de estudos e auxílio financeiro que possibilitou a dedicação exclusiva ao programa de pós-graduação e à realização desta pesquisa. Embora seja obrigatório fazer esse agradecimento, certamente ele tem um significado muito diferente para quem já conheceu encontrou com a cara feia da fome e, agora, chega ao doutorado podendo estudar em tempo integral, reparar aristas educacionais e aprender um idioma.

Aqui, com ‘nostalgia das latas tristes’, a lá Manoel de Barros, e muita gratidão, finalizo meus agradecimentos.

“Consumo é cada vez mais um ato pessoal de ‘produção’, por si só.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 15, tradução livre)<sup>1</sup>.

“[...] como tudo na representação – para qual não existem garantias absolutas.” (HALL, 2016, p. 223).

---

<sup>1</sup> Texto original: “Consumption is becoming more of a personal act of ‘production’ in its own right.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 15).

## Resumo

No contexto da internet, após os anos 2010, sujeitos agem como empreendedores de si em plataformas digitais. Termos como representação e identidade passam a ser apropriados e ressignificados nos processos de consumo e produção de conteúdo digital. Embora em números menores, pessoas racializadas como negras consomem e produzem nesse espaço de representação e o fazem, por vezes, empreendendo suas identidades negras. Na interface da Sociologia Digital, Sociologia das Relações Étnico-Raciais e Estudos Culturais esta pesquisa busca responder a seguinte pergunta: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s?”. E tem como objetivo geral compreender os processos de construção de discursos de pessoas negras que são youtubers brasileira(o/e)s, entre os anos de 2015-2020. O estudo de abordagem qualitativa adotou um conjunto de métodos e procedimentos e propõe a utilização do circuito de cultura, junto com a etnografia digital, para fazer a montagem do objeto de pesquisa. Como procedimento de análise para trabalhar os discursos emprega alguns dos pressupostos teóricos metodológicos de Michel Foucault, já incorporando as críticas feitas ao filósofo por Stuart Hall. Foram selecionados sete canais de youtubers negro(a)s: “Nátaly Neri – Afros e Afins”; “Gabi Oliveira-DePretas”; “Muro Pequeno”; “10Ocupados”; “Canal do Pericão”; “Etnia Brasileira” e; “Fernando Holiday”, que ao todo produziram 1.697 vídeos e postaram na plataforma YouTube, no período de análise. Todo(a)s se autodeclararam negro(a)s (pretos e pardos); são participantes do Programa de Parcerias do YouTube (monetizam com a produção de conteúdo); a maioria já foi convidado(a) ou selecionado(a) para algum projeto da plataforma; possuem mais de 100 mil inscritos no canal (sendo que dois possuem mais de um milhão) e; de alguma forma falam sobre questões raciais em seus vídeos. Os dados são analisados por contexto sócio-histórico e temas que surgiram no campo, dentre os quais destaco: os processos de educação digital e alfabetização midiática; letramento racial crítico; disputa da categoria ‘pardo’ e ‘negro’; léxicos com ‘lugar de fala’ e ‘experiência’ em uma lógica de vigilância e punitivismo; representação e tokenismo; agenciamento da raiva; direito à opacidade; casa dos homens e a casa da diferença. Assim, ao empreenderem a si próprios e suas identidades negras acabam por gerar representações sobre o que é ser uma pessoa negra que é também universitária, artista, homossexual, influenciador(a) digital ou político(a), fazendo-os com léxicos e estéticas próprias da esfera pública técnico-midiática. São estratégias digitais para construção de novos regimes de representação que valorizam o que foi negado, mas como se trata de representação não há garantias.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo de si.YouTube. Identidades Negras. Representação.

## Abstract

In the context of the Internet, after the 2010, subjects act as their own entrepreneurs on digital platforms. Terms such as representation and identity start to be appropriated and re-signified in the processes of consumption and production of digital content. Although in smaller numbers, people racialized as black consume and produce in this space of representation and do so, sometimes, undertaking their black identities. At the interface of Digital Sociology, Sociology of Racial and Ethnic Relations and Cultural Studies this research seeks to answer the following question: "What has guided the construction of the discourses of Black Brazilian youtubers?" And has as its general objective to understand the processes of discourse construction of black people who are Brazilian youtubers, between the years 2015-2020. The qualitative approach study adopted a set of methods and procedures and proposes the use of the culture circuit, along with digital ethnography, to make the assembly of the research object. As an analysis procedure to work the discourses employs some of the theoretical methodological assumptions of Michel Foucault already incorporating the criticisms made by Stuart Hall. Seven channels of black youtubers were selected: "Nátaly Neri - Afros e Afins"; "Gabi Oliveira-DePretas"; "Muro Pequeno"; "10Ocupados"; "Canal do Pericão"; "Etnia Brasileira" and "Fernando Holiday", that altogether they produced 1.697 videos and posted them on the YouTube platform, during the period of analysis. All of them declare themselves black (black and brown); they are participants of the YouTube Partnership Program (they monetize with the production of content); most of them have already been invited or selected for some project on the platform; they have more than 100 thousand subscribers on the channel (two of them have more than a million) and somehow talk about racial issues in their videos. The data are analyzed by socio-historical context and themes that emerged in the field, among which I highlight: the processes of digital education and media literacy; critical racial literacy; the dispute of the category 'brown' and 'black'; lexicons with 'place of speech' and 'experience' in a logic of surveillance and punitivism; representation and tokenism; agency of anger; right to opacity; the house of men and the house of difference. Thus, by undertaking themselves and their black identities they end up generating representations about what it is to be a black person who is also a university student, artist, homosexual, digital influencer or politician, making them with lexicons and aesthetics proper to the techno-mediated public sphere. These are digital strategies for the construction of new regimes of representation that value what has been denied, but since it is about representation there are no guarantees.

**Keywords:** Entrepreneurs of Themselves. YouTube. Black Identities. Representation.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1 - Campanha da Nike e Ronaldinho Gaúcho.....   | 30  |
| Figura 2 - Capa da Revista Time.....   | 30  |
| Figura 3 – Circuito de Cultura.....  | 43  |
| Figura 4 – Página inicial do canal “Nátaly Neri – Afros e Afins” .....   | 70  |
| Figura 5 – Página inicial do canal “Gabi Oliveira” .....   | 72  |
| Figura 6 – Página inicial do canal “Muro Pequeno” .....  | 73  |
| Figura 7 - Página inicial do canal “10Ocupados” .....  | 75  |
| Figura 8 – Página inicial do “Canal do Pericão” .....  | 78  |
| Figura 9 – Tuíte @périclesfaria: Fui convidado para um júri de melhores memes .....                                      | 81  |
| Figura 10 – Página inicial do Canal “Etnia Brasileira” .....   | 84  |
| Figura 11 – Página inicial do Canal “Fernando Holiday” .....   | 86  |
| Figura 12 – Captura de tela da vinheta do canal “Etnias Brasileiras’ .....   | 156 |
| Figura 13 - Ministro da Educação e sua faxina ideológica.....  | 174 |
| Figura 14 - Popularidade do termo “Live” na plataforma Google Trends (ago. 2020) .....                                   | 189 |
| Figura 15 - Popularidade do termo “Live” na plataforma Google Trends (set. 2021) .....                                   | 190 |
| Figura 16 – Videoclipe de Campanha de reeleição de Fernando Holiday “Um vereas no Pedaco”<br>- Abertura.....             | 195 |
| Figura 17 - Videoclipe de Campanha de reeleição de Fernando Holiday “Um vereas no Pedaco”<br>– Essa cadeira é minha..... | 196 |

## LISTA DE QUADROS

|  |     |
|--|-----|
| Quadro 1 – Cronologia da internet: Características técnicas e de usuários.....     | 25  |
| Quadro 2 - Projetos do YouTube.....  | 32  |
| Quadro 3 - Processos do Circuito de Cultura .....                                  | 43  |
| Quadro 4 – Canais selecionados e descrição dos critérios de inclusão .....         | 64  |
| Quadro 5 - Critérios de inclusão e exclusão de Canais .....                        | 67  |
| Quadro 6 - Canais individuais dos integrantes do 10Ocupados .....                  | 76  |
| Quadro 7 - Protocolo de Mapeamento e Seleção de vídeos para análise .....          | 91  |
| Quadro 8 – Relação entre vídeos publicados e vídeos selecionados para análise..... | 92  |
| Quadro 9 - Procedimentos para tratamento dos dados gerados.....                    | 93  |
| Quadro 10 - Lives transmitidas no Canal do Pericão .....                           | 191 |

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 A CAMINHADA PELO COMEÇO: PASSOS INTRODUTÓRIOS DE UMA TESE.</b>   | <b>15</b> |
| <b>2 COM QUANTOS GYGABYTES E EMPREENDIMENTO DE SI SE FAZ UM(A) CRIADOR(A/E) DE CONTEÚDO DIGITAL?</b>            | <b>20</b> |
| 2.1 A INTERNET E CRIADORES DE CONTEÚDO DIGITAL  | 22        |
| 2.2 YOUTUBE: UMA PLATAFORMA FEITA PARA TRANSMITIR-SE  | 28        |
| <b>3 CAMINHOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS: PERCURSOS PELO CIRCUITO DE CULTURA E SELEÇÃO DOS CANAIS DO YOUTUBE</b>     | <b>40</b> |
| 3.1 O YOUTUBE E AS ENCRUZILHADAS DO CIRCUITO DE CULTURA   | 40        |
| 3.2 “SALVE GALERA DO YOUTUBE!” HOJE, VOU FALAR SOBRE OS CANAIS SELECIONADOS PARA ANÁLISE                        | 57        |
| 3.2.1 Canal “Nátaly Neri -Afros e Afins”  | 68        |
| 3.2.2 Canal “Gabi Oliveira - De pretas”   | 70        |
| 3.2.3 Canal “Muro Pequeno”  | 72        |
| 3.2.4 Canal “10Ocupados”  | 74        |
| 3.2.5 “Canal do Pericão”  | 77        |
| 3.2.6 Canal “Etnia Brasileira” por Livia Zaruty   | 81        |
| 3.2.7 Canal “Fernando Holiday”  | 85        |
| 3.3 PROCEDIMENTOS DE GERAÇÃO, TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS: A ‘RECEITA DO EBÓ’                                 | 88        |
| 3.3.1 Procedimento de Geração de Dados: a ‘Montagem’ do Ebó   | 89        |
| 3.3.2 Procedimento de Tratamento e Análise dos dados: a ‘Preparo’ do Ebó  | 93        |
| 3.3.2.1 Procedimento de análise dos dados: como ‘despachar’ o ebó   | 94        |
| <b>4 DESCRIPTOGRAFANDO SETE YOUTUBERS BRASILEIRO(A)S: IDENTIDADES, EMPREENDEDORISMO DE SI E OUTRAS CRIAÇÕES</b> | <b>95</b> |
| 4.1 NO COMEÇO ERA ASSIM: UMA IDEIA NA CABEÇA, UM CELULAR NA MÃO E UM CANAL PARA POSTAR - 2015                   | 103       |
| 4.2 “EMPODERAMENTO VENDE!”: 2016  | 117       |
| 4.3 “YOUTUBERS NEGROS SÃO TODOS IGUAIS?”: ANÁLISE DE 2017   | 138       |
| 4.4 “ATIVISMO NA INTERNET É ATIVISMO?”: AS “TRETA YOUTUBERS AFRO” EM 2018                                       | 155       |
| 4.5 “VAMOS CONSTRUIR NOSSAS REFERÊNCIAS?” E “NÃO VAI TER GOLPE” EM 2019   | 173       |

|   |            |
|---|------------|
| 4.6 2020: #EMCASACOMLIVES E MORTE .....                             | 188        |
| <b>5 QUANDO A PAUTA É REPRESENTAÇÃO: CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b> | <b>210</b> |
| <b>REFERÊNCIAS .....</b>  | <b>217</b> |

## 1 A CAMINHADA PELO COMEÇO: PASSOS INTRODUTÓRIOS DE UMA TESE

A tese que chega em suas mãos é *o fim e um começo*, logo, é uma encruzilhada de onde se parte, se volta e se reparte. Nasce da urgência de ‘tudo ser para ontem’, constrói um objeto onde havia curiosidade e, depois de andanças teóricas, entende que o ‘voltar e repartir’ é ‘estrada-escrita’ que se faz síntese do ‘caminho-doutorado’. “Partir, voltar e repartir” é *representação* artística de uma vivência, por isso, empresto de Emicida e Gilberto Gil um trequinho da música “É tudo para ontem” para ajudar a contar que saí de Minas Gerais e, após 16 anos, volto. Primeiro para casa espiritual e, depois, para Favelinha (Vila-Cafezal, Aglomerado da Serra, BH-MG). E cá estou, em ‘Beagá’, a escrever.

Antes disso, morei 13 anos no Norte do país e do calor de Palmas (TO), onde lancei a semente do doutorado. Encontrei a semente escondida entre restos e miudezas outras que me interessam em conversas com aluna(o/e)s que, insistentemente, faziam-me olhar para o ‘óbvio’, aquilo que só aparece depois de descortinar alguns véus. Afinal, a reflexão sobre a influência da mídia no cotidiano atravessa toda minha formação, produção enquanto jornalista e experiência como professora substituta, mas o que tinha/tem no YouTube? Porque aluna(o/e)s falavam tanto desta plataforma?

Com olhos acostumados a ver a mídia vertical (*broadcasting* e veículos impressos)<sup>2</sup>, precisei trocar os óculos para enxergar melhor as mídias digitais, isto porque, as dinâmicas, fluxos, velocidades, tecnologias e sujeitos (sobretudo em quantidade) são outros. E não apenas os óculos mudaram, teve também o retorno para o Sudeste, o entrar na Sociologia (sem sair da Comunicação), a troca de objeto de pesquisa que parte de identidade cultural tocantinense oficial para identidades negras construídas *com*, *na* e *através* dos usos da internet na contemporaneidade.

O ‘caminho-doutorado’ se fez repleto de mudanças partidas, retornos e repartilhares (a eterna ‘estação’ de “Encontros e Despedidas”, como diz Milton Nascimento). No começo, pensava em Cyberkilombagens, termo que entendia que daria conta de significar como percebia o objeto. Erro rude que só aprendi após 20 meses de caminhada, no exame de qualificação. Nesse momento, vi que *Cyber* e *Kilombagem* eram termos que se sustentavam em uma

---

<sup>2</sup> Rádio e TV, veículos de comunicação massiva que tem a característica de que ‘poucos falavam (emissores) a muitos, que ouvem (receptores)’, o que também acontecem com jornais e revistas de grande circulação. A relação dialógica se restringia aos poucos espaços de interatividade - controlado pelas empresas midiáticas ou, no máximo, na figura do *ombudsman* (termo sueco que significa representante do cidadão, uma espécie de ouvidor-geral. Entretanto, nos Estados Unidos, empresas de comunicação criaram o cargo ‘*ombudsman* de imprensa’, que é uma pessoa que estabelece relação entre o veículo e o público consumidor, bem como com a sociedade em geral. No Brasil, o cargo tem início no final dos anos 1980).

literatura científica que não tinham relação direta com sujeitos e objeto desta pesquisa. Visto que, o primeiro termo está ancorado em uma produção teórica que separava o mundo físico do ‘virtual’<sup>3</sup>, ao passo que textos produzidos após a segunda metade dos anos 2000 apontam para os ‘espaços híbridos’ (SOUZA E SILVA, 2006) ou mais recente para uma ‘esfera pública técnico-midiaticizada’ (MISKOLCI, 2021).

Já sobre o segundo termo, tem-se que a adição do sufixo ‘agem’ no substantivo ‘quilombo’, formando, assim, a substantivação<sup>4</sup> ‘quilombagem’, conceito que é discutido em áreas do conhecimento que descentram o olhar e passam a perceber a população negra como ativa, desenvolvedora de estratégias de sobrevivência e manutenção da vida, como também organizadora de revoltas e rebeliões (SILVERIO, 2018). No Brasil, essa discussão já tem uma história, então cito apenas autores que produziram sobre essas substantivações, para localizar espaço e tempo, a saber: Clóvis Moura, com quilombagem, e Abdias do Nascimento, com quilombismo (conceitos criados nas décadas de 1950 e 1960)<sup>5</sup>. Todavia, o que estava acontecendo na internet não poderia receber o nome e a carga significativa de quilombagem ou quilombismo, uma vez que não se trata apenas de organização política, resistência para sobrevivência, ou uma categoria êmica (para que fosse, a partir disso, analisada).

Dessa forma, abandono a ideia de Cyberquilombagem para entrar no campo – a plataforma YouTube –, despida dos pressupostos de outrora e tentando compreender o que estava acontecendo. Foram horas e horas de vídeos assistidos; folhas e folhas de anotações em um caderno de campo; páginas e páginas de referências bibliográficas lidas, fichadas e sistematizadas; além da participação em diversos cursos. Dessa maneira, perambulando (LEITÃO; GOMES, 2017), as coisas iam tomando forma. Então, fiz uma ‘montagem’ (DENZIN; LINCOLN, 2006) do objeto de pesquisa a partir da pergunta: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s?”.

A pergunta de pesquisa contém o desejo de resposta para um problema social, isto é, a maneira de abordá-lo para compreendê-lo. Assim sendo, fiz um croqui da tese a fim de coordenar ideias, conceitos, contextos e categorias, mas foi na feitura da ‘estrada-escrita’ que

---

<sup>3</sup> O uso do ‘virtual’ no lugar de qualquer outro é flagrante e significativo para demonstrar as embocaduras das referidas teorias. Nesse campo de discussão, fala(falava-se) inclusive entre ‘real e virtual’, fazendo separações abruptas entre os universos ‘físico e computacional’. Autores como Pierre Levy (França) e André Lemos (Brasil) são alguns que discutiram sobre a construção de uma cultura que se daria nesse espaço: cibercultura. Daí também surgiram os ‘teóricos da ciberdemocracia’ (ver capítulo 2).

<sup>4</sup> Sobre a substantivação, entende-se que a ressemantização da palavra “quilombo” pode ser compreendida, dentro da sintaxe, como um processo denominado derivação sufixal.

<sup>5</sup> Aqui em Minas, tem um ditado popular que diz: “atrás de montanha tem montanha”. Assim, vale destacar que discussões teóricas sobre a agência da população negra já vinha sendo produzida, mas, após os anos de 1960, passa-se a ter uma sistematização que ressignifica, desloca e questiona o *mainstream* acadêmico.

os temas começaram a formar capítulos. No labor artesanal, entendi que era preciso falar sobre a internet em seu estágio atual (Web 2.0 oligopolizada ou *Web Semantic*) e traçar um histórico sobre os sujeitos que produzem *na* e *para* a internet ao longo do tempo.

O capítulo 2, “Com quantos *gygabytes* e empreendimento de si se faz um(a) criador(a/e) de conteúdo digital?”, como o nome sugere, intenta apresentar a ‘plataformização da sociedade’ (DIJCK; POELL ; MARTIJN, 2018; POELL; NIEBORG; DIJCK, 2019) e alguns fatos sociais e tecnológicos que orquestraram esse processo. A ‘ideologia do vale do silício’ (LOVELUCK, 2018; SCHRADIE, 2017) com o neoliberalismo e o contexto histórico informam construções de subjetividades, denominado por alguns autores como ‘empreendedorismo de si’ (ILLOUZ, 2007, 2011; MISKOLCI, 2021) e ‘capitalismo cognitivo’ (BOUTANG, 2004), por exemplo. É nesse confluir que surge um novo ator social: o(a) ‘criador(a) de conteúdo digital’, que empreende ‘espetacularizando-se’ (SIBILIA, 2008) e pode se tornar um influenciador digital (SOUZA, 2019), tendo a possibilidade de transformar essa produção em ‘trabalho remunerado’ com os processos de profissionalização (DENARI, 2020). Nessa esteira, ainda apresento um histórico do YouTube e o que seria um(a) youtuber na ‘esfera pública técnico-midiatizada’ (MISKOLCI, 2021).

Depois de navegar entre algoritmos e computadores, era necessário apontar *como* fiz a pesquisa. Assim, o capítulo 3, “Caminhos teórico-metodológicos: percursos pelo circuito de cultura e seleção dos canais do YouTube”, sai de um rabisco tosco e vai sendo aprimorado no ‘artesanato progressivo’ (BECKER, 1999) que, a priori, discute a possibilidade de utilização do circuito de cultura de Paul Du Gay *et al.* (2015) como uma ferramenta teórico-metodológica para refletir sobre as plataformas, em específico o YouTube, e sujeitos que se apropriam da mesma em processos de articulação de *representação, identidade, produção, consumo e regulação*<sup>6</sup>.

Na sequência, falo sobre os canais que foram selecionados, a saber: “Nátaly Neri – Afros e Afins”; “Gabi Oliveira-DePretas”; “Muro Pequeno”; “10Ocupados”; “Canal do Pericão”; “Etnia Brasileira”; “Fernando Holiday”. Para cada um, teço explicações sobre *como, onde* e os *porquês* de terem sido escolhidos em detrimento de outros. Além disso, apresento uma contextualização sobre sujeito e sua produção na internet, para, então, descrever quais foram os procedimentos de geração, tratamento e análise de dados.

A geração de dados foi orientada pela entrada no campo informada pelo circuito da cultura (DU GAY *et al.*, 2015), ‘perambulações’ (LEITÃO; GOMES, 2017), e, com isso,

---

<sup>6</sup> Ao longo da tese, toda vez que esses termos aparecerem grafados com itálico é porque estão recebendo o significado dado pelos referidos autores e sendo entendidos como um processo do circuito de cultura.

organizei a ‘montagem’ do objeto de pesquisa (DENZIN; LINCOLN, 2006). No ‘caminhar pelo campo’, percebi que o processo se aproximava de um mapeamento, então, propus uma adaptação dos parâmetros do protocolo da ferramenta *State of the Art through Systematic Review* – StArt para ser utilizado na seleção dos vídeos veiculados nos canais selecionados, sendo esses os procedimentos de geração de dados.

Para tratar os dados, os procedimentos foram: registros de dados sensíveis do(a)s youtubers negro(a)s brasileiro(a)s cujo canal havia sido selecionado, anotações e transcrições dos discursos ancorados nos vídeos. Como procedimentos de análise de dados, utilizo alguns pressupostos teóricos metodológicos de Michel Foucault (1998, 2003, 2012), incorporando as críticas feitas ao filósofo por Stuart Hall (2013, 2016). O capítulo 3 tem por objetivo demonstrar o percurso metodológico, mas, por estar em diálogo e discutindo algumas teorias estruturalmente, é ‘teórico-metodológico’.

Nesse momento do percurso – com o objeto ‘montado’ a partir da pergunta de pesquisa, um balanço teórico sobre a história e os usos da internet escrito – foi que nasceu o título da tese. O título “Quando a pauta é representação, vale mais identidades ou empreendedorismo de si?” que é inspirado no filme “Quanto vale ou é por quilo”, do diretor Sérgio Bianchi, isto porque, o filme faz analogias entre o período da escravidão, comercialização de pessoas escravizadas e a exploração atual da pobreza pelo marketing social, financiamento que visa o retorno. Além de discutir como que algumas ONGs usam a fachada da solidariedade para encobrir corrupções. A obra fílmica, que é inspirada no conto *Pai contra a mãe*, de Machado de Assis; retrata o lado que doa e o que recebe, bem como os argumentos que orientam as ações de ambos os lados.

Voltando a apresentação dos capítulos que compõem esta estrada-escrita, o capítulo 4, “Descriptografando sete youtubers brasileiro(a)s: identidades, empreendedorismo de si e outras criações”, é a ‘estrada-escrita’ que traz os resultados e as discussões que surgiram *na e da* análise dos vídeos, a saber: educação digital e letramento racial crítico (FERREIRA, 2015a, 2015b; MIHAILIDIS; THEVENIN, 2013); a disputa da categoria ‘pardo’ e ‘negro’ (GONZALEZ, 2010; OSÓRIO, 2003; SILVA; LEÃO, 2012; SILVERIO, 2018); léxicos com ‘lugar de fala’ e ‘experiência’ em uma lógica de vigilância e punitivismo (MISKOLCI, 2021; PELÚCIO; DUQUE, 2020); representação e tokenismo (BERTH, 2018, 2019; HALL, 2016; SILVA, 2020); agenciamento da raiva (TATE, 2018); direito à opacidade (GLISSANT, 2008) e casa dos homens (WELZER-LANG, 2001) e casa da diferença (LORDE, 2018). O modelo de escrita é exúlico, dessa maneira, alguns debates teóricos são apresentados somente no momento do despacho do ebó (análise).

O capítulo 5, “Quando a pauta é representação: considerações finais”, por sua vez,

compendia as discussões que atravessaram a tese desde quando ‘rabisco tosco’ a sínteses, bem como apresenta possibilidades de agenda de pesquisa. Nesta tese procuro entender como se dá o processo de empreendedorismo de si quando se trata de representações de pessoas e grupos que foram sistematicamente excluídos, colocados do outro lado da ‘linha de cor’ (DU BOIS, 1999) em ‘zonas do não-ser’ (FANON, 2008). Mas não só isso, os processos é que interessam, sendo esse um convite para a transitar pelo caminho que tenta compreender o que orienta os discursos de sete canais de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s, entre os anos de 2015 e 2020. Os trabalhos estão abertos.

## 2 COM QUANTOS GYGABYTES E EMPREENDIMENTO DE SI SE FAZ UM(A) CRIADOR(A/E) DE CONTEÚDO DIGITAL?

Abro os trabalhos de uma ‘estrada-escrita’ com passos que intentam apresentar discussões sobre a internet e a figura do(a/e)s “Criadores(as) de Conteúdo Digital”<sup>7</sup>. Esse ator social que emerge e agencia discursos na “esfera pública técnico-mediatizada” (MISKOLCI, 2021) em um contexto de “autocomunicação de massa” (CASTELLS, 2019) e, dessa forma, participa da construção do imaginário social contemporâneo. O objetivo é compreender sociologicamente esse ator social e descrever de forma histórico-analítica a internet, pontualmente o YouTube. Isto porque, youtubers (sujeitos desta pesquisa) são um tipo de *digital creators* (criadores de conteúdo digital)<sup>8</sup> que atuam na internet.

Criadores(as) de Conteúdo Digital (*digital creators*) é um termo genérico e, segundo a conceituação sugerida por Burgess e Woodford (2015), pode ser descrito como pessoas que são ao mesmo tempo usuários de plataforma e que também criam, produzem e veiculam conteúdo. Trata-se de um ‘novo’ ator social enquadrado nessa ‘categoria flexível’ e que, demanda de infraestrutura tecnológica (*hardwares* e *softwares*) que ancore as práticas sociodiscursivas e, para tanto, investe tempo, experiência (tecnológica e de vida) e recursos para criar e gerir suas produções. Sociologicamente é um grupo que se autointitula como produtor/criador de conteúdo para mídias e plataformas digitais (alguns podem ser influenciadores digitais<sup>9</sup>), tem sociabilidade programada e midiaticizada (BUCHER, 2012, 2018) e pode (ou não) ser remunerado por sua criação.

---

<sup>7</sup> Parte do capítulo foi apresentado no 20º Congresso Brasileiro de Sociologia, no GT 15 – Sociologia Digital, coordenado pelo professor Fernando de Figueiredo Balieiro (UFSM) e pela professora Samira Feldman Marzochi (UFSCar), com título ‘Criadores de Conteúdo Digital’ e a Agencia nas Plataformas Digitais. No momento, em parceria com minha companheira Milena de Lima e Silva, usamos o arcabouço teórico comum as duas pesquisas de doutorado para analisar alguns dados da pesquisa de Milena. Agradeço as contribuições da professora e do professor, como também dos colegas do GT, pois, inclui as críticas e sugestões no texto que leem agora.

<sup>8</sup> Outros sinônimos como produtor de conteúdo ou *creator* podem ser encontrados no campo para descrever essa ocupação que visa, em muitos casos, ser uma profissão. Produtor ou criador de conteúdo recebem nomes distintos a partir da plataforma em que desenvolve e posta seu produto, por exemplo: Instagram – instagrammer; Blog – bloggers (para esse já tem tradução para português: blogueiro(a/e)s); YouTube – youtuber; Tik tok – tiktokers; etc.

<sup>9</sup> *Digital influencer* – influenciador(a/e) digital é uma pessoa que usa as redes sociais *on-line*, faz publicações periodicamente, possui um número de seguidores considerável (sendo essa uma distinção entre um usuário comum e um *digital influencer*), ademais seus discursos nas plataformas constroem uma identidade influenciadora (SOUZA, 2019) e, via de regra, acumulam prestígio simbólico, social e econômico. O termo ‘considerável’ é um adjetivo não fixo, mas pode ser impresso na forma de premiações da própria plataforma, por exemplo, no YouTube as placas de 100 mil (prata), 1 milhão (ouro) e 10 milhões (diamante, mais adiante abordo mais essa questão), como também a participação em campanhas publicitárias de marcas, empresas ou da própria plataforma, etc. Na dissertação de Veronica L. de Souza (2019), há ainda discussões sobre o engajamento do público; os processos de identificação entre o que diz o(a) influenciador(a) e público que segue. Influenciadore(a)s, via de regra, estão em mais de uma plataforma digital. E quanto maior o público do(a) influenciador(a) digital, maior a possibilidade de ganhos econômicos e prestígio.

Longe de um determinismo tecnológico, entendendo que os “espaços são relacionais” (McQUIRE, 2011 *apud* PADILHA, 2015) e recusando a perspectiva de que a tecnologia exerce efeito causal e determinante no comportamento de seres humanos (WILLIAMS, 2016) procuro apresentar e discutir como que os recursos técnicos possibilitaram a existência de mercados e campo de ação para os(as/es) Criadores(as) de Conteúdo Digital. Trago, então, alguns motivos de rejeição ao determinismo tecnológico:

Em outras palavras, se devemos rejeitar o determinismo tecnológico, em todas as suas formas, temos também que ter cuidado para não o substituir por uma tecnologia determinada. O determinismo tecnológico é uma noção insustentável, porque substitui as intenções econômicas, sociais e políticas pela autonomia aleatória da invenção ou por uma essência humana abstrata. Mas a noção de uma tecnologia determinada é também, de forma semelhante, uma versão apenas parcial ou de uma face do processo humano. Determinação é um processo social real, mas nunca (como em algumas versões teológicas e marxistas) *um conjunto de causas completamente controladoras e definidoras*. Pelo contrário, a realidade da determinação é estabelecer limites e *exercer pressões, dentro dos quais as práticas sociais variáveis são profundamente afetadas, mas não necessariamente controladas*. Trata-se de pensar a determinação não como uma única força ou uma única abstração de forças, e sim como um processo em que fatores determinantes reais – a distribuição de poder ou de capital, a herança social e física, as relações de escala e de tamanho entre grupos – colocam limites e exercem pressões, *mas não controlam nem preveem completamente o resultado de uma atividade complexa nesses limites, sob ou contra essas pressões*. (WILLIAMS, 2016, p. posição 2571, grifos meus)<sup>10</sup>.

Uma vez explicada a forma como apreendo o desenvolvimento tecnológico, acrescento que na triangulação teórica trago também a perspectiva weberiana de que as relações se dão dentro de um campo de plausibilidade e cujo sentido é compartilhado pelos atores (WEBER, 2004). Vale destacar que, os protocolos para as relações entre as pessoas não é (necessariamente) explícito, como “faça isso” ou “não faça aquilo”, todavia devido aos códigos que estruturam a plataforma, existe uma ‘maneira de fazer o que se quer fazer’ ou ‘o que se pensa que quer fazer’ (LANIER, 2018). Na perspectiva de Eva Illouz (2007, 2011), por sua vez, trata-se de um campo performativo baseado na lógica da autoajuda e *coaching*.

---

<sup>10</sup> Raymond Williams (2016) recupera a premissa marxista de que a história é produzida por sujeitos e que a tecnologia é articulada por grupos específicos, os quais estão inseridos em determinadas ordens sociais. Em Karl Marx, tem-se que: “[as] relações de produção correspondem a um grau de desenvolvimento determinado de suas forças produtivas materiais, [...] O modo de produção da vida *material condiciona o processo de vida social, política e intelectual*. Não é a consciência dos homens que determina o seu ser; ao contrário, é o seu ser social que determina sua consciência. Em uma certa etapa de seu desenvolvimento, as forças produtivas materiais da sociedade entram em contradição com as relações de produção existentes. (MARX, 2008, p. 47, grifos meus). Já em “Miséria da Filosofia”, Karl Marx diz que as: “[...] relações sociais estão intimamente ligadas às forças produtivas. Adquirindo novas forças produtivas, os homens *mudam seu modo de produção e, ao mudar o modo de produção, a maneira de ganhar a vida, eles mudam todas as suas relações sociais*. O moinho movido pelo braço humano nos dá a sociedade com o suserano; o moinho a vapor nos dá a sociedade com o capitalista industrial.” (MARX, 2017, posição 2593-2599, grifos meus). Isto é, os modos de produção não determinam, mas fornecem a condição para mudanças das relações sociais.

Dentro da perspectiva apresentada têm-se ainda que as ações em meios digitais se dão via estruturações algorítmicas (engenharia de *software*, arquitetura das plataformas que são orientadas pelo plano de negócio) e os usos que os sujeitos fazem dentro, através e fissurando as estruturas (no capítulo 3 discuto como isso se dá especificamente no YouTube).

Isso posto, reitero que ações em meios digitais possuem orientações algorítmicas, as quais seguem o modelo de negócio das plataformas e as relações são balizadas por protocolos de comutadores em um “espaço relacional” (McQUIRE, 2011 *apud* PADILHA, 2015). E, por mais que, essas tecnologias sejam constructos da organização social contemporânea os usuários agem se apropriando e ressignificando as formas estruturais de navegabilidade.

Todavia, se por um lado os sujeitos tem possibilidades de agencia, por outro as relações de poder são hierarquizadas e, segundo as reflexões de Richard Miskolci (2021), há transformações das formas de comunicação dominante, pois os discursos políticos passam a ter um caráter moral. O sociólogo aponta-nos que os usos das mídias digitais incentivam a recusa dos mediadores sociais (mídia tradicional, ciência, intelectuais, etc.) e tudo isso com uma embocadura comercial.

Capítulo preambulado convido a leitura de uma breve história da internet e do(a/e) criador(e/a)s de conteúdo digital.

## 2.1 A INTERNET E CRIADORES DE CONTEÚDO DIGITAL

As discussões sobre as agências dos(as/es) Criadores(as) de Conteúdo Digital perpassam inevitavelmente pelo ‘espaço’ que ancora o produto/criação; a internet. Dessa forma, pensando em relacionar os termos “liberdade”, “informação” e “empreendedorismo” – comuns à narrativa da história da internet – recorro a Benjamin Loveluck (2018) e Jen Schradie (2017). Na sequência, apresento os argumentos de Eva Illouz (2011) da sociologia das emoções, especificamente o conceito de “empreendedorismo de si” que acontece se valendo do modelo contemporâneo de “narrativas psicologizantes e terapêuticas” e que na “esfera pública técnico-midiatizada” foram potencializadas pelos e nos ambientes digitais, sobretudo porque as plataformas foram criadas por sujeitos e instituições que possuem essa ‘visão de mundo’. Sendo assim, as agências são orientadas por uma lógica da economia da atenção (MISKOLCI, 2021). Por fim, de forma panorâmica, falo sobre os protocolos de interação a partir de uma perspectiva técnica a fim de correlacionar quais são os fatores técnicos que dão condições (e não determinações) para ações. Desse modo, o texto busca discutir as novas formas de relações e ocupações que se dão a partir dos usos sociais da internet.

Dito isso, uma possibilidade para discussão que, aprioristicamente, se contrapõe à ideia utópica da internet como um ‘local’ democrático pode ser a de retornar a alguns fenômenos de sua história, os quais deram subsídio a essa concepção de internet-democracia-liberdade. A relação do ‘complexo militar-industrial-acadêmico’ com a ‘retórica da emancipação individual’, nos Estados Unidos nas décadas 1930-1940; são alguns pontos importantes para pensar o desenvolvimento do computador e da internet. O contexto da Segunda Guerra Mundial e as necessidades de trocas rápidas e precisas de informações culminou em um investimento estatal para produção da materialidade (*hardwares* e *softwares*), mas também de um imaginário: ‘o mito da garagem’<sup>11</sup>.

Culturalmente o cenário tem a Geração *Beat*, a invenção do LSD, o novo movimento comunalista (como parte do movimento de contracultura hippie, anos 1960, em São Francisco-EUA) com suas comunidades de internet participativa, movimentos dos direitos civis e o movimento *new age*. Como tudo isso está interligado? A revisão de literatura da pesquisa de Benjamin Loveluck (2018) é que estabelece os elos. Nas palavras do autor:

A ligação entre o movimento New Age, enquanto ‘celebração do indivíduo’ (HEELAS, 1996), oriundo da contracultura, e as novas tecnologias digitais de comunicação foi estabelecida claramente com o ‘tecnopaganismo’ (DERY, 1997) que é passível de lhe ser associado. No entanto, de forma mais profunda, alguns trabalhos recentes mostraram até que ponto o ideal de emancipação e realização do indivíduo, tão vivaz nos anos de 1960 [...] foi uma inspiração decisiva nos primórdios da computação pessoal, tecida com múltiplas conexões e demonstrando uma verdadeira continuidade entre a onda libertária e os valores da emergente sociedade da informação – estabelecendo um vínculo direto ‘da contracultura com a cibercultura’, de acordo com o título do livro do historiador Fred Turner [...]. (LOVELUCK, 2018, posição 1206).

A partir desta perspectiva podemos inferir que tanto a computação pessoal, a internet e a ideologia do Vale do Silício crescem entrelaçadas à ascensão do neoliberalismo nas últimas décadas. Os pressupostos da ideologia compõem um “fundamentalismo de livre mercado”, no qual a internet – por si – produziria formas mais democráticas de participação, uma espécie de política digital que não demanda de envolvimento com grupo(s) cívico(s). Além disso,

A contradição nessa ideologia, no entanto, é que essas crenças institucionalizadas na participação política igualitária mascaram as realidades das desigualdades estruturais. A ideologia do Vale do Silício se baseia em teorias que desafiam a loucura dos mercados livres (Somers, 2008), o utopismo da Internet (Barbrook; Cameron, 1995) e a cidadania igualitária (Marshall, 1950). (SCHRADIE, 2017, p. 86).

<sup>11</sup> Ideia inicial que informa o imaginário das empresas *Start Up* de hoje. O ‘mito da garagem’ fora construído a partir de um conjunto de ‘lendas’ do Vale do Silício que narram como que pessoas jovens e ‘geniais’, com ideias revolucionárias em locais que, por vezes, eram literalmente garagens, inventaram (inventam) produtos inovadores com lucros exorbitantes em espaço de tempo curto (LOVELUCK, 2018).

Por mascarar as desigualdades estruturais há uma manutenção das mesmas ampliando-as para o digital (exclusão digital) e que, no limite, responsabiliza discursivamente o indivíduo por ‘falta de iniciativa’ e ‘engajamento’, co-construindo o sistema neoliberal. Em outros termos, “[...] o sistema neoliberal mais amplo cria e é sustentado pela desigualdade, e a Ideologia do Vale do Silício serve de justificativa para a segregação da exclusão da lacuna em relação à política digital.” (SCHRADIE, 2017, p. 87).

Outro ponto concomitante ao advento tecnológico e à ideologia do Vale do Silício, no pós-Segunda Guerra Mundial, em nível pessoal, é o empreendedorismo de si. O texto de Eva Illouz (2011) discute o capitalismo afetivo<sup>12</sup> como uma base para os novos modos de sociabilidade e de relações amorosas. Também apresenta como que as narrativas pessoais se transformaram em narrativas terapêuticas, as quais são construídas se valendo da ascensão da literatura de autoajuda – que ‘coincide’ cronologicamente com as políticas públicas de saúde mental nos Estados Unidos (criadas justamente para atender aos veteranos da guerra). A obra auxilia a pensar como que o sujeito consumidor busca enquadrar-se em um modelo de sucesso (afetivo, profissional, etc.) empreendendo a si mesmo para tanto.

Arrematando, a história da internet é narrada entrelaçando o investimento estatal para produção de *hardwares* e *softwares* por “jovens brilhantes” ligados às universidades, os quais também empreendiam sua “genialidade” montando empresas e inventando produtos com pouco investimento e que rendiam bastante dinheiro de forma rápida (‘mito da garagem’). Muitos desses jovens tiveram experiências culturais e sociais em alguns movimentos que emergiram nesse contexto (CASTELLS, 2015; LOVELUCK, 2018). Outro ponto que coexiste é a ideologia do Vale do Silício e o neoliberalismo que se reforçavam fornecendo elementos para construção de uma subjetivação, formando no contexto do capitalismo cognitivo (BOUTANG, 2004)<sup>13</sup> a figura do empreendedor de si. Um “tipo” que pode ser compreendido como um sujeito

<sup>12</sup> Segundo a autora, o capitalismo afetivo “[...] é uma cultura em que os discursos e práticas afetivas e econômicas moldam uns aos outros, com isso produzindo o que vejo com um movimento largo e abrangente em que o afeto se torna um aspecto essencial do comportamento econômico, e no qual a vida afetiva - especialmente a da classe média - segue a lógica das relações econômicas e da troca.” (ILLOUZ, 2011, posição 110).

<sup>13</sup> Segundo o autor, na era do capitalismo cognitivo os processos de produção e consumo são inseparáveis e o ‘proprietário do trabalho cognitivo’ pode se apropriar dos instrumentos de trabalho, por isso, as análises do capitalismo clássico não dariam conta dessas novas complexidades. Isto porque: “[...] um capitalismo cognitivo que opera com o NTIC (Novas Tecnologias de Informação e Comunicação). Esses bens de conhecimento apresentam a dupla dificuldade de uma mercantilização clássica e o estabelecimento dos direitos de propriedade privada. [...] por outro lado, a digitalização de dados por computador, o que permitiria a banalização, desqualificação desse trabalho cognitivo, em uma palavra, torna-o facilmente substituível, torna-o facilmente reproduzível, e a um custo muito baixo.” (BOUTANG, 2004, p. 118, tradução livre). Texto original: “[...] un capitalismo cognitivo que opera con las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación). Estos bienes-saberes presentan la doble dificultad de una mercantilización clásica y del establecimiento de los derechos de propiedad privada. [...] por otra parte, la digitalización informática de los datos, que permitiría banalizar, descualificar ese trabajo cognitivo, en una palabra, hacerlo fácilmente sustituible, vuelve muy fácilmente

que performa se adaptar rapidamente às mudanças, sobretudo as do âmbito do trabalho que é informado pela lógica da flexibilização produtiva. Por performance entende-se, segundo Ehrenberg (2010), a ideia de que na contemporaneidade os indivíduos não vivem mais com um destino coletivo, mas sim, com uma história pessoal. De modo que, o indivíduo precisa apoiar sobre si mesmo para criar sua vida. Trata-se de uma perspectiva discursiva que mescla esporte (cuidado com o corpo), consumo e um modelo de subjetivação oriundo do meio empresarial (que absorveu as linguagens terapêuticas como um discurso de sucesso).

Uma vez apresentado, de forma breve, aspectos sociais da história da internet – o ‘meio’ que ancora a produção dos(as/es) Criadores(as) de Conteúdo Digital, como youtubers – agora, discuto algumas características técnicas dos protocolos de interação social e a semântica de conexão informacional. Uma forma de abordar é pela narrativa cronológica que, comercialmente, recebe uma descrição evolutiva, progressista e propagandista que vai da Web 1.0 à Web 4.0, comum em textos das áreas de Ciência da Informação e Comunicação Social, parcialmente sintetizadas no quando abaixo.

**Quadro 1 – Cronologia da internet: Características técnicas e de usuários**

| <b>Momento</b>       | <b>Características</b>  | <b>Usuários</b>   |
|----------------------|---|---|
| Pc Era<br>1970-1990  | Aprimoramento das máquinas (redução do tamanho); criação de computadores pessoais; produção de linguagens de programação possibilitando a extensão dos usos a outros grupos sociais que não militares, estudantes ou profissionais que soubessem programação e; a construção dos primórdios da conexão digital. Criação do Windows e da Unix User Network (Usenet).                   | Militares, estudantes ligados a pós-graduação e profissionais da ascendente área de Tecnologia da Informação.         |
| Web 1.0<br>1990-2000 | <i>Push/Connects Information</i> , Envio/ Conexão de Informações. Marcado pela transposição das informações para o meio digital. Criação do <i>World Wide Web</i> .   | Estudantes, jornalistas, pessoas comuns (com recortes sociais de classe, gênero, geolocalização, escolaridade, etc.). |
| Web 2.0<br>2000-2010 | <i>Share/ Connects people/ Social Web</i> – Compartilhamento, Conexão de Pessoas, Web Social. Termo Web 2.0 está ligado à ideia de comunicação mundial, interação entre indivíduos mediada por computador, marcado pela ascensão de plataformas de interação social, produção de conteúdo específico para internet (com adaptação de formatos), troca de informações e ‘colaboração’. | Ampliação do uso por pessoas comuns.  |

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Aghaei; Nematbakhsh; Farsani (2012), Elnaggar (2015) e Winckler; Pimenta (2002)

Antes de seguir, vale destacar que optei em manter a nomenclatura classificatória (1.0 a 4.0) com a finalidade de estabelecer diálogos com os termos utilizados em outras áreas. Retomando, há dois desdobramentos importantes do momento 2000-2010. Sendo o primeiro uma euforia por parte dos “teóricos da ciberdemocracia”, uma vez que esses autores entenderam que os usos da internet ampliariam a participação política, a cidadania, a democracia e o acesso à informação. Nesta esteira, Manoel Castells (2019, p. 113), afirma que, na medida em que os usuários da internet “[...] se apropriam de novas formas de comunicação, elas [as pessoas] construíram seus próprios sistemas de comunicação de massa, por SMS, blogs, vlogs, podcasts, wikis e afins [...]”. E passam a compartilhar “[...] arquivos e redes 2p2 (peer to peer, ou par a par) fazem com que a circulação, a mixagem e a reformatação de qualquer conteúdo digitalizado sejam possíveis.”. Então, Castells (2019) propõe o conceito de ‘autocomunicação de massa’, segundo o qual, usuário(a/e)s teriam autonomia para selecionar a recepção das mensagens, para organizar redes sociais próprias a partir de informações digitalizadas podendo, dessa forma, alcançar audiência massiva.

Um olhar sociológico mais crítico lê as características mencionadas por Castells (2019) como uma “Utopia Digital” (RENDUELES, 2017). Na perspectiva de Richard Miskolci (2021, p. 45), por exemplo, o texto de Castells (2019) não compreende ou analisa “[...] uma das principais consequências daquilo que batizou como ‘autocomunicação de massa’: a experiência de inserir-se e competir no mercado da atenção *on-line*.”. Ora, estar no centro das atenções, mesmo que por pouco tempo “[...] em uma era que deposita suas esperanças no indivíduo e sua capacidade empreendedora”, traz consequências para as formas de sociabilidade e construção de subjetividade com “capturas do futuro” (BRUNO, 2008, 2013) (ver capítulo 4).

Outro desdobramento são os usos das plataformas criadas com as tecnologias da Web 2.0, as quais passam a ser entendidas como redes sociais *on-line*<sup>14</sup>, cito algumas: Wikipédia (2001); LinkedIN (2002); Picasa (2002); MySpace (2003); Flickr (2004); Facebook (2004, agora, Meta); Orkut (2004); YouTube (2005); Twitter (2006), etc. Nesses espaços sociais da internet pessoas comuns poderiam acessar, consumir e produzir conteúdo. Castells (2019) compreende esse fato como a ‘autocomunicação de massa’ e Miskolci (2021) complexifica apresentando que há processos de subjetivações e mercadológicos implícitos nos usos.

Quando o foco está nos protocolos de interação após os anos de 2010 alguns aspectos

---

<sup>14</sup> A rede social é um segmento, uma parte das mídias sociais. Tem como objetivo reunir pessoas (membros), que aderem a um perfil e, assim, se expõe com fotos, textos, vídeos e ainda interagem com outros membros, criando listas de amigos e comunidades, possuem regras próprias e protocolos de interações. Um adendo importante é que a nomenclatura recebe nomes distintos como Rede Social *online*, “digitais”, “conectadas” (MARTINO, 2017).

foram modificados, a nomenclatura dada em outras áreas do conhecimento é de Web 3.0 – *Web Semantic–human-machine-cooperators* (Web Semântica, máquinas e humanos co-operando) ou Era Conexão de conhecimentos. Uma das principais características é a navegação sugerida por algoritmos que por meio de um conjunto de códigos ‘organizam’ comunidades (*clusters*) e unem pessoas com gostos semelhantes. Isto é, há um direcionamento inserido nos protocolos de interação das plataformas, os comutadores, que são atores invisíveis de ligação entre rede(s). A Web Semântica tem a *Semantic Web Rule Language* (SWRL) como linguagem padrão para regras, que permite associações de significados explícitos e a combinação de regras e termos de ontologias<sup>15</sup>, para que a internet ancore os conhecimentos. Técnico-socialmente as associações de significado permitiram que informações sobre indivíduos e seus comportamentos fossem transformadas em publicidade personalizada. Mas, não é somente a publicidade que é personalizada a experiência nas redes sociais *on-line* (ou navegação entre plataformas e sites) também são<sup>16</sup> (no próximo capítulo falo mais sobre essa característica).

Dito isso, é preciso ressaltar que essa forma de narrar os aspectos técnicos da internet pode se aproximar de determinismos tecnológicos. O progressismo de Web 1.0, 2.0, 3.0, 4.0 (projetos de inteligência artificial), embora apresente informações relevantes sobre o impacto do desenvolvimento tecnológico na sociedade não dá conta da complexidade das relações sociais (objeto da Sociologia), como também de entender que “os espaços são relacionais” (McQUIRE, 2011 *apud* PADILHA, 2015). Assim, sem descartar as informações técnicas afirmo, respaldada em Miskolci e Balieiro (2018); que um fato sociológico de mudança pode ser a ampliação do acesso a celulares inteligentes (*smartphones*) e à internet (via de regra, por meio desse suporte, conforme as pesquisas da PNAD), inaugurando uma hegemonia de relações sociais mediadas.

---

<sup>15</sup> Segundo Orlando, Rívollí e Moreira (2012, p. 2 - 4), “[...] as ontologias são utilizadas para promover a interoperabilidade entre sistemas, ao representarem os dados compartilhados por diversas aplicações. [...] Uma especificação **formal** e **explícita** de uma **conceituação compartilhada** [...] a Web Semântica deve possibilitar que computadores sejam capazes de acessar dados estruturados e de definir regras de inferências, transformando grandes volumes de dados em informação.” (grifos dos autores).

<sup>16</sup> Isto é, o processo de consolidação do conteúdo dinâmico (conhecido como conteúdo adaptável - *adaptive content*). Os conteúdos são modificados com base no comportamento, preferências e interesses do(a/e) usuário(a/e). O conteúdo dinâmico é personalizado e vai se adaptando conforme a base de dados que as plataformas possuem sobre o(a/e) usuário(a/e), por exemplo: no tempo de acesso, formas de interação anteriores na plataforma e localização. A ideia é ‘vendida’ como uma possibilidade de oferecer uma experiência digital satisfatória e envolvente. Por exemplo, na Plataforma do Facebook: “as informações que o Facebook coleta de seus usuários com a finalidade de criar experiências personalizadas para cada usuário em suas próprias páginas/perfil.” (DIJCK, 2016, p. 52, tradução livre). Texto original: “[...] *la información que Facebook recolecta de sus usuarios con el propósito de crear experiencias personalizadas para ellos en sus propias páginas.*” (DIJCK, 2016, p. 52).

## 2.2 YOUTUBE: UMA PLATAFORMA FEITA PARA TRANSMITIR-SE

Preambulando este subtítulo trago que os Estudos de Plataforma possuem quatro perspectivas acadêmicas consolidadas, segundo Thomas Poell, David Nieborg e José Van Dijck (2019), a saber: os estudos de *software*; economia política crítica; estudos de negócios e estudos culturais. As três primeiras perspectivas têm em comum análises das instituições e institucionalização das plataformas e abordam três dimensões: infraestrutura de dados, mercados e governança, ou seja, foco está no *meio*, principalmente os estudos de *software* e estudos de negócios. A quarta perspectiva é a dos Estudos Culturais que discute como que os usos das plataformas modificam as práticas culturais e são modificadas pelos usos dos usuários. Esta tese se aproxima mais da quarta linha, embora traga questões das demais.

Dito isso, vale acrescentar que as plataformas mesmo que pertençam a um mesmo grupo empresarial possuem planos de negócios e arquitetura distintas, a exemplo o YouTube<sup>17</sup> que pertence a Google, cujo CEO, no momento da escrita da tese, é Sundar Picha (Pichai Sundararajan) ou Facebook, Instagram e WhatsApp que são do Facebook Inc., cujo CEO é Mark Zuckerberg<sup>18</sup>. Todas as plataformas ou aplicativo citados possuem características tácitas de navegabilidade, *layout*, produção e o consumo de conteúdo, como também possibilidades de monetização para empresas e usuários (que podem ser pessoas comuns ou que já alçaram o *status* de influenciador digital), regras para publicidade e propaganda, etc.

O YouTube ‘nasceu’ no dia 14 fev. 2005, com o registro do domínio youtube.com, feito pelo trio Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ambos eram funcionários do *PayPal* e saíram quando o *eBay* comprou o sistema de pagamentos. Esta última informação é importante por dois motivos: sendo primeiro o prático, isto é, a utilização do dinheiro do acerto, a expertise e aprendizados que tiveram durante a experiência como trabalhadores no *PayPal* foram utilizados para montar o YouTube e o segundo está mais relacionado à subjetividade e imaginários do ‘mito da garagem’ (jovens que empreendem e rapidamente alcançam sucesso financeiro e prestígio social).

A construção da marca YouTube pode ser lida a partir dos *slogan* que criou para si, posto que se trata de uma expressão curta, criada para fazer lembrar de um produto, serviço

---

<sup>17</sup> O YouTube tem sua própria CEO que é Susan Wojcicki que, desde 2014, passou a pensar as formas e implantações de monetização do YouTube, vale evidenciar que, antes trabalhava na Google. Seu nome sempre aparece nas listas de “empreendedoras ou mulheres mais poderosas do mundo”, de matérias de jornalismo especializado em economia e negócios internacionais.

<sup>18</sup> O Instagram tem como CEO Adam Mosseri (que inclusive vem fazendo declarações que a referida plataforma não é mais um app de compartilhamento de fotos, mas que está em competição com o YouTube e Tik Tok) e o CEO do WhatsApp é Will Cathcart, lembrando que são nomes referentes ao momento da escrita.

e/ou empresa. As da plataforma foram: *Your Digital Vídeo Repository* (Seu repositório de Vídeos Digitais) e, logo depois passou a ser *Broadcast Yourself* (Transmitir-se, 2006-2016) e, após 2016 é “Novos tempos, novos ídolos”, com uma rápida leitura dos lemas publicitários é possível inferir quais foram as transições que ocorreram.

A plataforma fora criada no espaço-tempo sociotécnico do início da Web 2.0 que, como citei na subseção anterior, faz referência a mudanças técnicas que permitiram maior interação social mediada por computador e havia nesse momento uma ideia de “cultura participativa<sup>19</sup>”. Não é ‘do nada’ que surge a ideia de ciberdemocracia, pois, trata-se da ampliação massiva de criação de conteúdo por pessoas comuns, fóruns para debates de ideias e ações, etc. Isso se tornou possível devido à linguagens de programação, navegabilidades que possibilitavam trocas e interações em tempo real, como a diminuição de preços dos equipamentos (*hardwares* e *softwares*) e aumento das “literacidades digitais” (MIHAILIDIS; THEVENIN, 2013). Essas características criaram o que pode ser lido como uma “utopia digital”, conforme explica Rendueles (2017).

Até a criação do YouTube as trocas de vídeos na internet eram limitadas a anexos de e-mails ou plataformas como Google Vídeos e Yahoo Vídeos<sup>20</sup>, assim o produto audiovisual deveria ser curto e em baixa qualidade, devido aos limites em *bytes* para envio e recebimento. Desse modo, devido a suas características a plataforma YouTube em um ano tinha 2 milhões de visualizações por dia e cerca de 200 mil usuários registrados.

Uma das primeiras empresas a investir no YouTube como um espaço para publicidade e propaganda foi a Nike que, no seu canal “Nike Soccer”, publicou o primeiro vídeo em 20 out. 2005 “*Don't Tread On Me: Manifesto*” (Não pise em mim: Manifesto) e o 9º vídeo do canal ficou bastante conhecido no Brasil, pois traz Ronaldinho Gaúcho (patrocinado pela marca), vídeo: “JogaTV Episode 6: Brazilian Ping Pong” (JogaTV Episódio 6: Ping Pong Brasileiro), postado em 13 mar. 2006. Com a captura da tela (ver Figura abaixo) é possível perceber a baixa qualidade do vídeo, pois, em 2006, os vídeos tinham o tamanho limitado a 100 megabytes.

---

<sup>19</sup> Termo desenvolvido por Henry Jenkins nas obras: “Cultura da convergência” e “Cultura da conexão” (sendo esta última em co-autoria com Joshua Green e Sam Ford). A expressão cultura participativa busca dar conta da ideia de tecnologias digitais mais acessíveis a partir da qual os usuários/consumidores possam produzir interagir e gerar novos conteúdos.

<sup>20</sup> O site Google Vídeos, criado em 25 jan. de 2005 e encerrado em 20 ago. 2012, a plataforma permitia fazer *upload* e *download* de vídeos, bem como encontrar vídeos que estivessem em outras plataformas (como o Yahoo Vídeos). O Yahoo! Vídeo (hoje Yahoo! Screen) era um motor de busca de vídeos, mas em 1 jun. 2006, adicionou ferramentas para fazer *upload* e compartilhamento de vídeos, encerrou em jan. 2016.

**Figura 1 - Campanha da Nike e Ronaldinho Gaúcho**



Fonte: Captura de Tela vídeo JogaTV Episode 6: Brazilian Ping Pong, canal (JogaTV Episódio 6: Ping Pong Brasileiro) “Nike Soccer”

Em outubro de 2006, a Google anuncia a compra da plataforma por 1,65 bilhão de dólares e a Revista Time escolheu “You” como a pessoa do ano, isto é, pessoas comuns que poderiam criar conteúdo e postarem no YouTube (ver Figura 2).

**Figura 2 - Capa da Revista Time**



Fonte: Captura de tela da Capa da Revista Time

O livro “YouTube e a Revolução Digital: com maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade<sup>21</sup>” de Jean Burgess e Joshuan Green (2009) é pouco crítico às questões sociais que envolvem a história da plataforma, mas cito-o devido a alguns detalhes, termos e formas de ver o YouTube antes das transformações que aconteceram após 2007 (monetização e comercialização). Para não ser anacrônica na crítica (que faço à obra) acrescento que o livro fora publicado em 2009 e, por isso, a pesquisa feita para sua escrita é anterior, ou seja, momento do início da monetização e comercialização da plataforma. Na obra, os autores inclusive falam de como esse processo ‘chateou’ alguns produtores de conteúdo que tinham até o conceito de youtubidade. Nas palavras dos autores:

Havia uma sensação palpável de traição nessas entradas, junto com a ideia de que o investimento de tempo e esforço despendido pela comunidade do YouTube estava sendo ignorado. Essa não é somente uma reclamação baseada em direitos, motivada por ciúmes ou falta de atenção. Comentários como esse mostram uma ética de cuidado com a ‘YouTubidade’ do YouTube e uma aspiração em preservar o sabor único e diversificado da participação *bottom-up*. Para Paperlilies e outros YouTubers ‘líderes’, é uma questão de diversidade e sustentabilidade cultural tanto quanto de responsabilidade mútua. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 126).

A citação está se referindo a uma reivindicação que a vlogueira britânica Paperlilies fez sobre os cuidados que a plataforma deveria ter tido com a entrada de corporações, como programas de TV que passaram a ter canais no YouTube, pois isso, segundo a opinião da vlogueira, modificaria a ecologia cultural do YouTube que, para ela, parecia com uma comunidade.

Outra questão mencionada na transcrição é o termo *bottom-up* que no livro aparece junto a *top-down*. Em um glossário, no final da obra, os autores significam os termos como:

**Bottom-up /Top-down:** ambos são estratégias de processamento de organização de informação e conhecimento, geralmente envolvendo aplicativos de informática, mas também no âmbito de teorias humanísticas e científicas. Na prática podem ser vistos como estilos de pensamento e ensino. *Top-down* refere-se a uma atitude vertical descendente, enquanto *bottom-up*, uma vertical ascendente. Na pirâmide social econômica, o *top-down* refere-se à imposição das elites sobre as massas, e o *bottom-up* à vontade das massas sobre a das elites. (BURGESS, JEAN; GREEN, 2009, p. 187–188, grifos dos autores).

Quando me referi que o livro é pouco crítico na análise da história da plataforma é porque os autores entendem que a produção de conteúdo no YouTube seguia uma lógica dupla

---

<sup>21</sup> Título original: “*YouTube: digital media and Society series*”.

do *bottom-up* (criatividade de usuários) e *top-down* (distribuição de cultura popular), sem questionar a relação de poder entre usuários comuns, as corporações e a própria plataforma.

Na obra “YouTube e a Revolução Digital” afirma-se que a plataforma é um metanegócio: “[...] nova categoria de negócio que aumenta o valor da informação desenvolvida em outro lugar e posteriormente beneficia os criadores originais dessa informação.”. (WEINGBERGER 2007, p. 224 *apud* BURGESS; GREEN, 2009, p. 21). Isto porque, a plataforma não produz (produzia) e era somente um agregador de conteúdo.

Atualmente, há conteúdos produzidos pela plataforma e ou patrocinados por ela, através de campanhas, como por exemplo: “#OrgulhodeSer” ou “#PorQueMulher”, mas também processos seletivos e/ou convites para os projetos como: “*YouTubeBlack* Brasil”; “*YouTube Creators For Change*”, “Fundo Vozes Negras”, “Embaixadoras da Mudança para a campanha de Ações de Desenvolvimento Sustentável da ONU”, etc. Ou seja, há uma espécie de exploração midiático-comercial de plataformas políticas.

Organizei, em forma de quadro, algumas informações de projetos do YouTube, os quais serão retomados nos capítulos seguintes.

**Quadro 2 - Projetos do YouTube**

| <b>Projeto/Espaço</b> | <b>Características</b>   |
|-----------------------|--|
| YouTube Brasil        | Em 19 jun. 2007, nasce o YouTube Brasil, no idioma português-brasileiro, na mesma época também são lançadas versões do YouTube em diversos países da Europa e no Japão.  |
| <i>YouTube NetxUp</i> | Existe nos Estados Unidos desde 2011 e passou a aceitar inscrições de brasileiros em 2012. Trata-se de uma formação realizada em cinco dias para criadores que possuam entre 10 a 100 mil inscritos em seu canal. Para tentar participar a(o/e) youtuber deve ser um ‘parceiro’ (ver próximos parágrafos) e também se candidatar a partir das regras de editais que são publicados na páginas <i>NextUp</i> Brasil. Após o treinamento os criadores de conteúdo, recebem um “Cupom de Equipamento” para adquirir “novos equipamentos de produção no valor de US\$ 2.000 (ou o equivalente na moeda local) em um varejista selecionado pelo YouTube” (YOUTUBE SPACE, s/d, texto digital).   |
| <i>YouTube Space</i>  | O <i>YouTube Space</i> existe desde 2012, atualmente tem sede em 10 cidades no mundo, sendo uma delas o Rio de Janeiro. A descrição do site do <i>YouTube Space</i> (s/d) afirma ser espaços para unir pessoas criativas do YouTube, oferecendo formação a partir dos três pilares: aprendizado, conexão e criação. No Brasil, o <i>YouTube Space</i> foi inaugurado em outubro de 2014, em São Paulo, em parceria com o Instituto Criar (do apresentador da emissora Rede Globo de Televisão Luciano Huck), em 2017 foi transferido para o Rio de Janeiro.<br>O projeto é composto pela Escola de Criadores de Conteúdo, com cursos online, subdivididos em categorias – que vão desde como “Como ganhar dinheiro (na plataforma)” à “Recursos do YouTube e <i>Analytics</i> ” – e nos níveis: noções básicas, intermediário e avançado.<br>Além disso, é nesse espaço que o YouTube oferece um curso presencial o “ <i>YouTube NetxUp</i> ” (YOUTUBE SPACE, s/d, texto digital). É também no <i>YouTube Space</i> que aconteceram alguns cursos com nome <i>Youtube Black creators</i> e eventos como <i>YouTubeBlack</i> Brasil (ver próximos capítulos). |

|   |  |
|---|--|
| <p>YouTube Negro (2016)<br/><i>YouTubeBlack</i><br/>Brasil</p>  | <p>Projeto realizado no <i>YouTube Space</i> Rio, reúne youtubers negro(a/e)s “[...] para reforçar e discutir a importância da representatividade negra.” (YOUTUBE..., 2017, texto digital). Nos eventos acontecem painéis, palestras, <i>workshops</i> e shows. Em 2016 e 2017, contou com produções audiovisuais “YouTubeNegro” e “YouTubeBlackBrasil – Eu Sou” dirigidos por Newman Costa (ANJOS, 2019) (ver próximos capítulos).</p>   |
| <p><i>YouTube Creators for Change</i></p>   | <p>Criado em 2016, o programa do YouTube: “O <i>YouTube Creators for Change</i> é uma nova iniciativa dedicada a amplificar as vozes dos modelos que estão abordando questões sociais difíceis em seus canais. Desde o combate ao discurso do ódio, combate à xenofobia e ao extremismo, até à simples defesa de uma maior tolerância e empatia para com os outros, esses criadores estão ajudando a gerar uma mudança social positiva com as suas bases de fãs globais.” (DOWNS, 2016, texto digital, p. tradução livre)<sup>22</sup>.</p>  |
| <p><i>Youtube Change Ambassadors</i> – Embaixadoras da Mudança para a campanha de Ações de Desenvolvimento Sustentável da ONU</p> | <p>Parceria de um ano entre YouTube e as Nações Unidas que, em 2016; “[...]vai apontar grandes YouTubers como as primeiras Embaixadoras da Mudança para a campanha de Ações de Desenvolvimento Sustentável da ONU.” (GOOGLE, 2016, texto digital). A proposta consiste em produção de ações e vídeos para “[...] inspirar e engajar suas comunidades de fãs, assim como mulheres e meninas ao redor do globo.” (GOOGLE, 2016, texto digital). A campanha de Ações da ONU colabora ensinando as embaixadoras do YouTube sobre os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e desenvolver novas formas de utilizar a sua influência para causar impacto sobre estas questões.” (YOUTUBER..., 2016).</p>  |
| <p>Diretoras criativas nos <i>YouTube Spaces</i></p>  | <p>Produção global envolvendo os <i>YouTube Spaces</i> e youtubers experientes (influenciadoras digitais), que criaram novos vídeos colocando vozes de outras mulheres “na frente e atrás das câmeras”. As youtubers diretoras colaboraram e são mentoras para outras youtubers. “Para ajudar a conduzir a atmosfera de colaboração ao longo do projeto, seis criadores, incluindo Anna Akana (EUA), Alexys Fleming (EUA), Julia Tolezano (Brasil), Em Ford (Reino Unido), Nilam Farooq (Alemanha) e Kuma Miki (Japão), atuaram como Diretoras Criativas em seus respectivos Spaces, ajudando a mentorar outras YouTubers que também participaram das gravações.”(GOOGLE, 2016, texto digital). Os vídeos produzidos nesse projeto poderiam ser tributos em homenagens a importantes líderes históricas, como também conteúdos originais “[...] até discussões sobre mulheres no mercado de trabalho e outros problemas femininos, esses novos vídeos vão começar a ser publicados hoje no canal dos YouTube Spaces, assim como nos canais das próprias YouTubers”. (GOOGLE, 2016, texto digital). Comento sobre a edição de 2016, em subseção no capítulo de análise.</p> |
| <p>Fundo Vozes Negras</p>   | <p>Criado pelo YouTube, após a morte de George Floyd (ver capítulo de análise). O projeto destinou, em 2020, 100 milhões de dólares para 132 youtubers negra(o/e)s em sete países (África do Sul, Austrália, Brasil, Estados Unidos, Nigéria, Quênia e Reino Unido). 35 brasileira(o/e)s convidada(o/e)s participaram da primeira edição. Ao participarem do “Fundo Vozes Negras” youtubers recebem: “Suporte dedicado de um Gerente de Parceiros do YouTube; Fundo para desenvolver seu conteúdo; Workshops e aulas com especialistas ao longo do ano com foco em desenvolver seu conteúdo, habilidades de produção, bem-estar e muito mais; Treinamentos personalizados, workshops e oportunidades de networking ao longo do ano” (VOZES..., 2020). Destacando que na primeira edição “[...] o YouTube convidou a se inscreverem criadores que já haviam participado de algum evento do YouTube Black.” (VOZES..., 2020, texto digital). A segunda edição já teve edição lançado, mas ainda não divulgou os nomes selecionados.</p>  |

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Anjos (2019), Youtube Space (s/d), Google Brasil (2016) e Vozes... (2020)

<sup>22</sup> Texto original: “YouTube Creators for Change is a new initiative dedicated to amplifying the voices of role models who are tackling difficult social issues with their channels. From combating hate speech, to countering xenophobia and extremism, to simply making the case for greater tolerance and empathy toward others, these creators are helping generate positive social change with their global fan bases.” (DOWNS, 2016, texto digital).

Após essa digressão volto à história cronológica da plataforma que, em 2007, lança o Programa de Parcerias do YouTube (*YouTube Partner Program -YPP*) e o *Content ID*. O *Content ID* é a regulamentação para produtos que possuem direitos autorais<sup>23</sup>:

[...] material [...] poderá receber uma reivindicação de Content ID. Quando um vídeo enviado corresponde total ou parcialmente a outro conteúdo no Content ID, uma reivindicação desse sistema é gerada automaticamente. Os detentores de direitos autorais podem configurar o Content ID para bloquear envios que correspondam a uma obra protegida deles. Eles também podem permitir que o conteúdo reivindicado permaneça no YouTube com anúncios. Nesses casos, a receita de publicidade é enviada aos detentores de direitos autorais. (O QUE..., s/d).

Já sobre o Programa de Parcerias YPP é preciso ressaltar que a regra muda constantemente, em 2021, para participar do YPP o canal precisa ter: pelo menos mil inscritos, quatro mil horas de conteúdo assistido nos últimos 12 meses (o que equivale a 166 dias), *validados pelo YouTube*, conforme central de Ajuda do YouTube (s/d). O YPP é onde contém (deveria conter) as regras e políticas de monetização de canais.

O texto “*Rewarding Good Creators’: corporate social media discourse on monetization schemes for content creators*” (“Recompensando os bons criadores’: discurso nas mídias sociais corporativas sobre esquemas de monetização para criadores de conteúdos”), de Susanne Kopf (2020), faz uma análise de discurso de 46 documentos do próprio YouTube sobre criadore(a)s de conteúdo que querem ser monetizado(a/e)s. A pesquisa busca entender como que o YPP representa a si mesmo, representa os criadores que buscam monetizar o conteúdo na plataforma como também a relação entre os criadores e a própria representação do YouTube. Sobre o YPP, a autora diz que:

---

<sup>23</sup> Pela política da plataforma os vídeos podem ser removidos ou terem o Content ID reivindicados. “Para gerenciar os próprios direitos autorais no YouTube, os proprietários podem solicitar uma remoção por violação desses direitos. Caso tenham acesso à ferramenta de Content ID, eles também têm a opção de reivindicar um vídeo e definir uma política para rastreá-lo com estatísticas, *gerar receita com anúncios no conteúdo ou bloquear o vídeo em alguns países*. A remoção por direitos autorais gera um aviso, ao contrário de um bloqueio do Content ID. Desde janeiro de 2014, a quantidade de reivindicações de Content ID ultrapassou o número de remoções por direitos autorais em uma proporção maior que 50 para 1.” (DIFERENÇA..., s/d, texto digital, grifos meus). Os vídeos com direitos autorais podem ser removidos, pois a “[...] lei de direitos autorais exige que sites como o YouTube processem solicitações de remoção e descreve o processo a ser seguido. Para uma remoção por direitos autorais, o proprietário precisa enviar uma notificação formal para nossa equipe com todos os requisitos legais preenchidos.” (DIFERENÇA..., s/d, texto digital). Já as reivindicações “[...] definidas por lei, o Content ID é um sistema do YouTube que foi possibilitado por acordos feitos entre o YouTube e os parceiros de conteúdo que enviaram os materiais ao nosso banco de dados. Para saber se seu vídeo foi afetado por uma reivindicação de Content ID, veja se a frase ‘Inclui conteúdo protegido por direitos autorais’ aparece na seção Notificações de direitos autorais. Normalmente, a reivindicação é feita apenas para rastrear ou gerar receita com o vídeo, e não para bloqueá-lo. Por isso, o conteúdo continua disponível mesmo com as reivindicações, e você ainda pode compartilhá-lo com outras pessoas, mas talvez anúncios sejam veiculados nele. As reivindicações de Content ID não resultam em avisos de direitos autorais, suspensões ou rescisão do canal. No entanto, se você achar que recebeu uma reivindicação por engano, poderá disputar essa decisão. [...]” (DIFERENÇA..., s/d, texto digital).

No contexto dos requisitos de tempo de exibição do YPP, o algoritmo do YouTube e a potência com que equipa a empresa merece uma breve menção. Usando um algoritmo que (des)privilegia criadores particulares e o seu conteúdo, o YouTube pode controlar qual conteúdo que atinge um público mais vasto. As regras e lógica subjacentes a esse algoritmo são largamente desconhecidas dos visitantes do YouTube - para além do fato de que o histórico e interesse pessoal de pesquisa são levados em consideração, os visitantes não são informados sobre os critérios do algoritmo (Pasquale, 2015). Mais importante ainda é que mesmo os criadores de conteúdos não conhecem (ou pelo menos afirmam não conhecer) a lógica que orienta o algoritmo do YouTube (por exemplo, Blake, 2018; Scott, 2017). Consequentemente, os criadores dificilmente podem adaptar o seu conteúdo a esse algoritmo, ou seja, garantir que ele apareça em um grande número de secções de ‘Vídeos Sugeridos’ para os telespectadores e, assim, ganhar um número suficiente de assinantes e atingir o tempo de exibição necessário para a elegibilidade ao YPP<sup>24</sup>. (KOPF, 2020, p. 4 tradução livre).

Além dessa questão a autora menciona sobre a dificuldade de acesso à informação sobre a monetização, isto porque, estão dispostas em um mecanismo que pulveriza em um conjunto de abas diferentes as informações e o faz de maneira parcelada. Sobre essa questão destaco que, em 2019, quando escrevia o texto para o exame de qualificação, reuni informações e dados de páginas da própria plataforma ou da Google, as quais desapareceram dos links que havia salvo no meu gerenciador de referência (e ao repetir a busca – seja com links ou com os títulos e/ou fragmentos dos textos – não os encontrei mais).

Resumindo, as informações quando não são retiradas ficam em diversas abas, de forma fragmentada, as regras mudam constantemente e algumas simplesmente somem. Sobre isso, a autora acrescenta que:

Em primeiro lugar, os criadores podem não encontrar toda a informação relevante para a monetização. Em segundo lugar, uma vez que a informação não é fornecida numa ordem claramente discernível, os criadores precisam de gastar um tempo considerável clicando nos sites para se assegurarem de que identificaram a informação mais pertinente. [...] Isto pode constituir uma fonte notável de insegurança para os criadores, pois ilustra a rapidez com que a empresa pode acrescentar ou alterar a natureza do YPP. Ao retrabalhar/adicionar/remover visivelmente a informação, o Youtube sinaliza muito claramente - se inadvertidamente - aos criadores que tudo está em fluxo<sup>25</sup>. (KOPF, 2020, p. 5, tradução livre).

<sup>24</sup> Texto original: “In the context of the YPP’s watchtime requirements, YouTube’s algorithm, and the power it equips the company with, deserves brief mention. Using an algorithm that (dis)privileges particular creators and their content, YouTube can control whose content reaches a broader audience. The rules and logic underlying this algorithm are largely unknown to visitors of YouTube—beyond the fact that personal search history and interest are taken into account, visitors are not informed about the algorithm’s criteria (Pasquale, 2015). More importantly, even content creators do not know (or at least claim not to know) the logic that guides the YouTube algorithm (e.g., Blake, 2018; Scott, 2017).10 Consequently, creators can hardly tailor their content to this algorithm, that is, ensure it appears in a large number of viewers’ ‘Suggested Videos’ sections and thus gain enough subscribers and achieve the watchtime required for YPP eligibility.” (KOPF, 2020, p. 4).

<sup>25</sup> Texto original: “First, creators might not find all information relevant for monetization. Second, since information is not provided in a clearly discernible order, creators need to spend a considerable amount of time on clicking through the sites to ensure they have identified the most pertinent information. [...] This might constitute a notable source of insecurity for creators as it illustrates how quickly the company may add or change the YPP’s nature. By visibly reworking/adding/removing information, YouTube very clearly—if inadvertently—signals to

Nesses fluxos e transformações da regra do jogo, enquanto o mesmo acontece e com relação de força desigual soma-se o ‘canto da sereia’, isto é, como o YouTube apresenta a si mesmo como uma plataforma que pode monetizar vídeos desde que sejam ‘bons’. No subtítulo “*YouTube—Authority, Monitor, and Enforcer*” (YouTube – Autoridade, Monitor e Executor), a autora faz uma análise de discurso, na qual a partir de classificações de concordâncias e frequências de termos o YouTube aponta que a plataforma concentra em si o papel de monitora e aplicadora de regras, de modo que:

Em primeiro lugar, a empresa explica por que impõe regulamentações específicas aos criadores que procuram rentabilizar o seu conteúdo e, neste contexto, constrói a ideia de ser pago *como um privilégio e não como um direito*. Ou seja, o YouTube representa a possibilidade de os *criadores serem pagos pelos seus esforços como um bônus extraordinário e não como uma forma de remuneração que se pode esperar receber pela criação de valor econômico*, aqui sob a forma de conteúdo de mídia social. De fato, a empresa afirma que pretende ‘recompensar’ a criadores de conteúdo específicos, permitindo-lhes tornar um parceiro do YouTube, por exemplo, ‘garantir que estamos recompensando os bons criadores, revemos o seu canal antes de ser aceite no Programa de Parceiros do YouTube’. O exemplo seguinte ilustra como a empresa utiliza a ideia de ‘querer recompensar’ os criadores como motivo para os requisitos do YPP relativamente ao tempo de vigília: ‘porque queremos recompensar os bons criadores, precisamos de ter a certeza que temos contexto suficiente no seu canal - o que geralmente significa que precisamos de mais conteúdo para ver’. Finalmente, a noção de que a remuneração dos criadores é um privilégio e não um direito, reflete-se no seguinte exemplo que defende os regulamentos do YPP: ‘tem a capacidade de ganhar dinheiro através do YouTube, e por causa disso, mantemo-lo a um nível mais elevado’<sup>26</sup>. (KOPF, 2020, p. 6, tradução livre).

Conforme a análise de Susane Kopf (2020), é possível inferir que há uma estratégia, ancorada no discurso da empresa, de responsabilizar o(a/e) criador(a/e) de conteúdo pelo seu desempenho, ‘se for bom será monetizado’, mas a régua que mensura o que é “bom” é modificada constantemente. Outro dado interessante é que a compensação financeira é um elemento adicional para motivar os criadores, em frases como: “No YouTube, você pode se ligar a uma comunidade e ter uma oportunidade de ganhar dinheiro enquanto faz o que gosta.

---

creators that everything is in flux.” (KOPF, 2020, p. 5).

<sup>26</sup> Texto original: “First, the company touches on why it imposes particular regulations on creators who seek to monetize their content and, in this context, constructs the idea of being paid as a privilege rather than a right. That is, YouTube represents the creators’ possibly getting paid for their efforts as an extraordinary bonus rather than as a form of remuneration one can expect to receive for creating economic value, here in the form of SM content. Indeed, the company states that it intends to ‘reward’ particular content creators by allowing them to become a YouTube partner, for example, ‘[t]o make sure we’re rewarding good creators, we review your channel before you’re accepted in the YouTube Partner Programme’. The following example illustrates how the company uses the idea of ‘wanting to reward’ creators as the reason for the YPP requirements regarding watchtime: ‘because we want to reward good creators, we need to make sure we have enough context on your channel—which generally means we need more content to look at’. Finally, the notion that creators’ getting paid is a privilege rather than a right is reflected in the following example defending the YPP regulations: ‘you have the ability to earn money through YouTube, and because of that, we hold you to a higher standard’. (KOPF, 2020, p. 6).

Criadores em todo o mundo têm compartilhado as suas vozes no YouTube, e muitos transformaram as suas paixões em ganhos.” (KOPF, 2020, p. 9, tradução livre)<sup>27</sup>.

Diante do exposto, penso em fazer outra digressão, agora, sobre os “regimes de subjetividades” contemporâneos que fornecem aos indivíduos elementos para serem “empreendedores de si” (ILLOUZ, 2007, 2011), e que performem adaptabilidades, nas quais deve apoiar sobre si mesmo para se criar e se reinventar (EHRENBERG, 2010). No livro “Inventando nossos selfs: psicologia, poder e subjetividade”, mais precisamente no capítulo “Administrando indivíduos empreendedores” Nikolas Rose (2011) discute como que programas políticos e técnicas de governar (termo de base foucaultiana) constroem regimes de representação “ativos”, isto é, com ‘escolhas instruídas’ e exemplos de sujeitos, grupos e comunidades que são ‘ativos’, aqueles que ‘se valem de si e fazem acontecer’. Para o autor, são ferramentas sociais que funcionam como ‘novas formas de entender a nós mesmos’ que valorizam características como liberdade, autenticidade, poder de escolha, autonomia e empreendedorismo. Os modelos de subjetivação são co-construídos com os modelos do meio empresarial e esse, por sua vez, absorveu as linguagens terapêuticas como discurso de ‘sucesso’.

O autor entende esse processo como uma ‘racionalidade de governo’ e ‘tecnologia para condução de condutas’, então fala sobre as “tecnologias do *self*” e as “pressuposições do *self*”. As tecnologias são as formas pelas quais os indivíduos são instigados a viver como se fossem projetos, ou seja, trabalhando o seu mundo emocional, as relações afetivo-sexuais e emprego a fim de desenvolver um ‘estilo de vida’ que visa maximizar o valor de sua existência para si próprio. As pressuposições, por sua vez, dizem respeito a imagem predominante acerca do trabalhador que *não* é mais o indivíduo que se submete a degradações, privações ou proteção nas relações com o(s) grupo(s) de trabalho, mas um indivíduo que busca sentido de satisfação, constrói sua identidade que está interrelacionada ao seu estilo de vida.

Arrematando, a apresentação do YouTube para indivíduos contemporâneos é condizente com o momento neoliberal em que vivemos, composto pelos os “regimes de subjetividades”; “capitalismo cognitivo”; “empreendedorismo de si” e “performances de adaptação” (BOUTANG, 2004; EHRENBERG, 2010; ILLOUZ, 2007, 2011; ROSE, 2011). A ideia de: ‘faça algo que você gosta, realize-se, exponha seu estilo de vida e ganhe dinheiro com isso’ se faz uma ‘síntese-convite’ para que indivíduos vivenciem as características mencionadas somadas ainda à ‘espetacularização e show de si’ (SIBILIA, 2008). Ademais, a lógica da

---

<sup>27</sup> Texto original: “On YouTube, you can connect with a community and have an opportunity to make money while doing what you love. Creators around the world have shared their voices on YouTube, and many have turned their passions into earnings.” (KOPF, 2020, p. 9).

economia da atenção é transformada em uma receita monetizadora que busca convencer indivíduos a produzirem mais representações sobre esse ‘estilo de vida’. Isto posto, acrescento a informação de que todos os canais selecionados para serem analisados nesta pesquisa de doutorado participam do Programa de Parceria do YouTube (ver capítulo seguinte). E como todo(a/e)s outro(a/e)s youtubers parceiro(a/e)s são monetizado(a/e)s por suas produções.

Retornando à história da plataforma, em 2009, há a implantação do recurso de reconhecimento de fala e, em 2011, lançam o *YouTube Live* – ferramenta que permite que vídeos sejam transmitidos ao vivo. Discuto tanto o fenômeno das *lives* como das manifestações massivas no capítulo 4, entretanto adianto que, foi também em 2011 que ações coletivas massivas como: Primavera Árabe, Ocupe *Wall Street* e Movimentos 15-M aconteceram. Esse conjunto de eventos tem como característica comum o fato de utilizarem a internet para mobilizar e organizar as manifestações, mas principalmente, fazer transmissões ao vivo sobre o que estava acontecendo nas ruas, durante as manifestações com foco na repressão e violência policial.

Fechando essa breve narrativa da plataforma acrescento que, em 2008, o YouTube já tinha uma versão mobile, mas é em 2012 que o novo *design* é implantado e o *layout* possui um estilo mais voltado para o acesso em suportes móveis (celulares *smartphones*, tablets, etc.). E, diante disso, vale ressaltar que, no Brasil tal como no mundo, o acesso à internet por meio de celulares segue em uma crescente. Isto porque, houve uma expansão dos usos desses aparelhos *smartphones*, na década de 2010, propiciando uma conectividade perpétua (CASTELLS, 2013). Uma questão importante é que, no país, em 2013, os equipamentos de celulares inteligentes tiveram o preço limitado à R\$ 1.500 a partir de uma legislação federal<sup>28</sup>. E os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), desde 2013, apresentam um aumento significativo do uso de celulares para acesso à internet. Ainda sobre esse tema é preciso enfatizar que a expansão do acesso aos smartphones inauguram uma hegemonia das relações sociais mediadas (MISKOLCI; BALIEIRO, 2018).

Em 2013, muitas cidades já tinham a tecnologia 4G<sup>29</sup>, e esse foi o ano em que aconteceram as Jornadas de Junho – manifestações massivas organizadas pela internet e que

---

<sup>28</sup> Trata-se da Portaria do Ministério das Comunicações nº 87, publicado em 11 de abril de 2013 que em seu art.2, § 1º diz: “O valor de venda, a varejo, dos smartphones a que se refere o caput não poderá exceder a R\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).” (BRASIL, 2013b, texto digital). O precedente dessa portaria é o Decreto 7891 (BRASIL, 2013a) publicado em 23 de janeiro de 2013.

<sup>29</sup> Fourth Generation – quarta geração de telefonia móvel, baseada em IP (sistema e rede) possibilitando velocidades de acesso entre 100 megabits em movimento e até 1 Gibabites quando parado. No Brasil, todas as cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 deveriam ter a 4G até 31 dez. 2013. Essa tecnologia permitia que do meio das manifestações as pessoas postassem fotos e vídeos, em tempo real.

também publicizou ao vivo os vídeos e fotos do “vem para rua” e das abordagens policiais violentas. O YouTube teve sua participação, mas a plataforma mais expressiva em 2013 era o Facebook (AMADEU; PIMENTEL, 2013; FERNANDES, 2015; SANTOS, 2019), inclusive no mundo (COMO..., 2021).

Em 2017, o YouTube é a quarta plataforma mais acessada no país<sup>30</sup> – e há um aumento do consumo de vídeos digitais (BURGER; OTAKA, 2018; BURGER, 2017, 2018). Em 2021, segundo “Relatório de julho de 2021<sup>31</sup>” (RANKING..., 2021), o Facebook continua sendo a plataforma acessada, no Brasil, na sequência vem o YouTube, WhatsApp (que é um aplicativo da empresa Facebook Inc.) e Instagram (também da Facebook Inc.).

Após essas informações comparativas retorno ao YouTube para dizer que, em 2016, a empresa criou a ferramenta de “Contém promoção paga” que é um conjunto de regras sobre a inserção de conteúdos patrocinados nos vídeos inseridos na plataforma (as mesmas foram atualizadas em 2021) (ADICIONAR..., s/d). Esse dado aponta para a tentativa de regulação do YouTube para um processo que vinha acontecendo, isto é, produtor(a)s de conteúdo que inseriam propagandas em seus vídeos (outra fonte de monetização além do Programa de Parcerias do YouTube).

Por fim, criadore(a)s de conteúdo, após 2010 podem ser sujeitos que fazem uso da internet para entretenimento e comunicação, mas quando passam a ter uma certa quantidade de seguidores; publicar com periodicidade; construir uma estética visual e características de marca para canal; passa a participar do Programa de Parcerias do YouTube; como também receber convites para campanhas e projetos da plataforma (ou de marcas e empresas) esses sujeitos profissionalizam-se. Assim, a figura do(a/e) youtuber é esse(a) produtor(a) de conteúdo que monetiza empreendendo-se a partir de diversos temas. O foco desta pesquisa é quando o(a/e) youtuber é uma pessoa negra, assunto que trato no próximo capítulo.

---

<sup>30</sup> Segundo dados relatório da *comScore Multi-Platform - 2014-2017 – Brasil* (BURGER, 2017), 69% dos usuários da internet acessam ao YouTube, corroborando com relatório *YouTube Insights 2017*, que afirma que 95% da população online brasileira, ao menos uma vez por mês, assiste vídeo no YouTube - pesquisa Google e REDS com consumidores Brasileiros com acesso à internet com 5.450 entrevistas, em maio de 2017 (THINK WITH GOOGLE, 2017).

<sup>31</sup> Produzido pela em parceria pela agência de criação We Are Social e Hootsuite (ferramenta de gerenciamento de mídias sociais).

### **3 CAMINHOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS: PERCURSOS PELO CIRCUITO DE CULTURA E SELEÇÃO DOS CANAIS DO YOUTUBE**

As partes da ‘estrada-escrita (capítulos)’ desse ‘caminho-doutorado’ articulam-se no objetivo de cumprir ao que se propôs, desse modo, para que não me perdesse em atalhos a lembrança de que fora ‘uma estrada escolhida para seguir e chegar no lugar’, como ensina Exu Tranca Rua, é constantemente rememorada. Sem ‘arrudeios’ por conta das luminárias dos Estudos Culturais e da ‘candêa’ (método) circuito de cultura (CC) (DU GAY *et al.*, 2015) é que busco apresentar os percursos teórico-metodológicos desta pesquisa qualitativa (AARTS, 2003). Isto é, embora seja uma parte que discute a metodologia há ainda alguns pontos da teoria que fundamenta e orienta o olhar.

Sobre a construção do objeto é importante destacar primeiro que a pergunta de pesquisa é: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s?”. Para respondê-la analiso os discursos de sete canais de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s ancorados na plataforma digital YouTube, entre os anos de 2015 e 2020.

Assim, o capítulo é dividido em três subseções, nas quais intento apresentar, explicar e discutir os métodos empregados para gerar os dados da pesquisa (os discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s, durante o período de análise) e os instrumentos utilizados para analisá-los. Assim, na primeira parte apresento uma proposta de utilização do CC como método de análise para plataformas digitais, faço-o concomitante a uma síntese das ideias apresentadas pelos autores no livro e proponho diálogos com outros textos (perspectivas teóricas e metodológicas). Na segunda subseção, apresento uma descrição dos canais selecionados e exponho os *porquês* e *como* (critérios de inclusão e os motivos) os sete canais foram selecionados em detrimento de outros (critérios de exclusão). Por fim, na terceira subseção depois de ter percorrido o circuito de cultura e apresentar os canais detalho os procedimentos de geração dos dados, na sequência discuto os procedimentos de tratamento e análise dos dados gerados. O objetivo deste capítulo é demonstrar o objeto de pesquisa, os itens que compõem a ‘caixa de ferramentas’ e como as utilizei.

#### **3.1 O YOUTUBE E AS ENCRUZILHADAS DO CIRCUITO DE CULTURA**

A ‘estrada-escrita’ é um caminho trilhado, na maioria das vezes, de forma solitária, todavia, na certeza de que nunca se anda só é que inicio este subtítulo falando de uma companhia, a parceira de pesquisa e jornada reflexiva Carolina Nascimento de Melo. O difícil

ano de 2020 fora atravessado pela interrupção de uma experiência internacional (Oxford – Inglaterra), pelo isolamento social (medida de prevenção à Covid-19), pelas milhares de mortes e desempregos, uma sensação constante de luto e em meio a tantos desolamentos, mas também foi em 2020 que Carol Melo apresentou ao grupo de pesquisa o circuito de cultura. No momento, o grupo havia suspenso os encontros, mas nós duas combinamos de fazer uma leitura sistêmica da obra “*Doing Cultural Studies: The Story of The Sony Walkman*” (DU GAY *et al.*, 2015). Dessa forma, ao longo de quase três meses realizamos encontros semanais, nos quais debatemos página por página, fizemos trocas sobre as nossas pesquisas e pensamos sobre as possibilidades de aplicação do circuito de cultura para análise de outros artefatos culturais. Além das importantes trocas, materializamos uma produção, o artigo “O *Slam* na encruzilhada dos Estudos Culturais”, texto que fora apresentado no 44º Encontro anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS).

“Exu matou um pássaro ontem, com uma pedra que só jogou hoje”, o ensinamento certo da tradição iorubá, perpetuada pela oralidade, ilustra a ressignificação do contato com o circuito de cultura, pois, na encruzilhada metodológica ‘do hoje’ encontrei ‘ontem’ a resolução exúlica para ‘estrada-escrita’ metodologia. Isto porque, após a qualificação, em novembro de 2019, precisei transitar em outras ‘estradas-leituras’ buscando descobrir quais seriam os procedimentos de geração de dados e os procedimentos de tratamento e análise dos mesmos e, de igual maneira, os respectivos métodos e instrumentos que dessem conta da questão de pesquisa. Dessa maneira, por articular os processos de *representação, identidade, produção, consumo e regulação*<sup>32</sup> o CC possibilita uma abordagem potente para pensar sobre agências nas plataformas digitais.

Os desafios de pesquisar os processos sociais contemporâneos traz consigo as dimensões dos usos da internet e dos ecossistemas midiáticos, assim, discuto experiências na ‘esfera pública técnico-midiáticas’ (MISKOLCI, 2021) a partir dos Estudos Culturais (EC), principalmente: dos estudos de mídias (SOVIC; MARTINELLI; GUAZINA, 2016), a proposta analítica do circuito de cultura de Paul Du Gay *et al.* (2015) e apropriação de Lisbôa Filho e Coiro Moraes (2014) do circuito para pesquisas em audiovisual. E, dessa forma, busco perceber: *representação, identidade, produção, consumo e regulação* de youtubers negro(a/e)s brasileiros, entre os anos de 2015-2020. Dito isso, faz-se necessário, primeiro apresentar a embocadura dos EC e o CC<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Os termos aparecerão grifados em itálico toda vez que significarem um processo do circuito de cultura.

<sup>33</sup> Alguns trechos desse subtítulo foram parafraseados do artigo escrito com Carolina Melo.

Houve em meados do século XX um momento teórico e social que ficou conhecido como ‘virada cultural’ e que tem como uma das características o descentramento das discussões focadas nas estruturas e na classe, assim sendo, as questões culturais, a experiência e as identidades passam a ser utilizadas como categorias para se compreender a sociedade e não apenas como resultado de processos econômicos (DOSSE, 1993; DU GAY *et al.*, 2015).

Para Paul Du Gay *et al.* (2015), esse giro se deu por dois motivos: empírico e epistêmico. O primeiro diz respeito as novas investigações científicas preocupadas com as práticas culturais e institucionais, sobretudo com ascensão dos meios de comunicação de massas, os sistemas mundiais de informação, as ‘novas’ formas visuais de comunicação e os impactos causados por essas questões nos modos de organização e relação social. Já o motivo epistemológico refere-se ao conhecimento, de modo que, passa-se a ter o entendimento de que todas as práticas sociais são práticas significativas, então todas são fundamentalmente culturais e devem fazer parte da explicação sociológica (DU GAY *et al.*, 2015).

No livro *Doing Cultural Studies: The Story of The Sony Walkman* (2015), os autores colocam um artefato cultural (*médium* da cultura moderna – *Walkman*) no centro do circuito de cultura. O modelo teórico-metodológico é baseado na *articulação* que é:

Uma ligação que *não é necessariamente determinada*, ou absoluta, essencial e para sempre; é antes uma *ligação cujas condições de existência ou emergência precisam de ser localizadas nas contingências das circunstâncias* (Hall, 1996). Assim, em vez de privilegiar um único fenômeno – como os processos de produção - ao explicar o significado que um artefato venha a possuir, argumenta-se neste livro que é em uma *combinação de processos* – na sua articulação – é possível encontrar os inícios de uma explicação. (DU GAY *et al.* 2015, p. XXX, tradução livre, grifos meus)<sup>34</sup>.

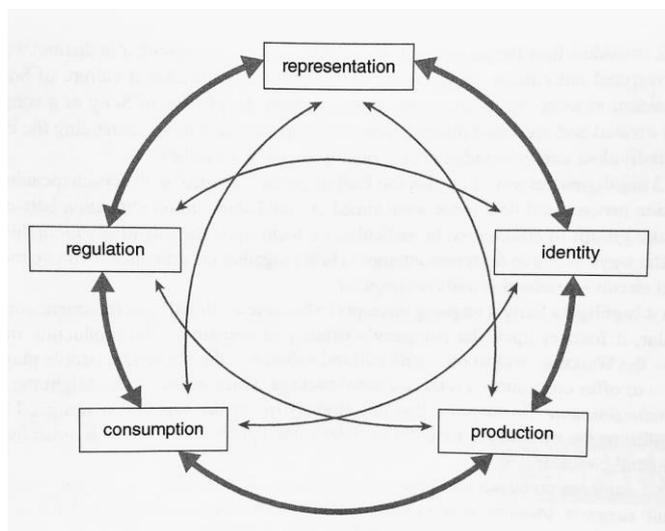
Valho-me dessa concepção de articulação dos cinco processos culturais: *representação, identidade, produção, consumo e regulação* (ver Figura 3) que formam o circuito de cultura, para análise sociológica que busca compreender o que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s, entre 2015-2020. Destaco que o circuito não tem início, meio e fim. Os seus processos (partes ou elementos) podem ser retomados e revistos na parte (processo ou elemento) seguinte e vice-versa. A separação que os autores fazem – e que

---

<sup>34</sup> Texto original: “It is a linkage which is not necessary determined, or absolute and essential for all time; rather it is a linkage whose conditions of existence or emergence need to be located in the contingencies of circumstance (Hall, 1996). Thus, rather than privileging one single phenomenon – such as the processes of production – in explaining the meaning that an artefact comes to possess, it is argued in this book that it is in a combination of processes – in their articulation – that the beginnings of an explanation can be found.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. XXX).

replico nesta pesquisa – são para fins de análise, no plano empírico os processos acontecem articulados, sobrepostos e entrelaçados continuamente.

**Figura 3 – Circuito de Cultura**



Fonte: Reprodução de Du Gay *et al.* (2015, p. XXXI)

Para facilitar a compreensão de cada um dos processos que compõem o circuito de cultura, as informações foram compiladas em um quadro (ver Quadro 3).

**Quadro 3 - Processos do Circuito de Cultura**

| PROCESSO             | SÍNTESE   |
|----------------------|---|
| <b>Representação</b> | Principal aspecto dos processos culturais. Prática de construção de significado através de signos e da linguagem. Por significado entende-se como algo que é representado na linguagem, no discurso, em conceitos, ideias e conhecimento(s). Determinado artefato pode ser considerado cultural quando sua construção se dá por meio de uma variedade de significados e práticas, logo é um <i>medium</i> ou um canal de circulação de significados. Atualmente a criação de significados está na interface cultura e tecnologia. O volume e a variedade de significados, mensagens e imagens foram vastamente expandidas com os usos sociais das ‘novas’ tecnologias da comunicação para [e na] produção de cultura.   |
| <b>Identidade</b>    | Construção de identidade(s) ocorre(m) se valendo da representação (linguagens). O principal objetivo da representação de determinados artefatos culturais é construir uma identificação entre consumidores/usuários e os significados, de tal maneira que o sujeito se olhe enquanto consumidor/usuário em potencial ao ter contato com o(s) artefato(s). Ao mesmo tempo, determinado artefato pode trazer diferentes significados e representações e, assim, evocar diferentes identidades e identificações, sugerindo a possibilidade de escolha e diferença (que se dá no consumo). Dessa maneira, houve uma expansão da escolha pessoal e o uso de objetos para expressar a individualidade. Se ocorre uma identificação bem-sucedida entre um artefato e pessoa ou grupos e seus estilos de vida, depois de um tempo ele passa a representá-los culturalmente. A linguagem funciona anexando significados às identidades e pode nos dizer que tipos de identidades podemos <i>ter e como</i> . |

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>Produção</b>  | Trata-se da observação de como um artefato é produzido culturalmente e como os processos de produção são representados de diferentes formas. Interação entre produção e consumo evidencia as alterações no artefato. É necessário ter em mente como os produtores representam a si e a seus produtos a fim de criar uma identificação entre eles e os consumidores (a narrativa é um dos meios de dar sentido a produção). Um artefato cultural é um produto híbrido da transculturação (global com uma diversidade de origem e combinação de elementos). E é também resultado da sinergia (tentativa de sincronizar e forjar ativamente conexões diretas entre tecnologia e entretenimento). A linguagem-tecnologia e a produção-uso são dependentes e entrelaçados. |
| <b>Consumo</b>   | A criação de significados é um processo contínuo e ocorre durante o consumo. Com os novos meios de produção cultural a função entre produtores e consumidores culturais se tornou mais intercambiável. Dessa forma, o consumo ajuda a entender que os significados não são simplesmente enviados por produtores e recebidos por consumidores, mas feitos e disputados durante o uso e a partir da posição que artefatos/objetos ocupam na vida cultural cotidiana de grupos/indivíduos. Assim, o uso de determinados artefatos serve também para demarcar e afirmar identidades culturais e diferenças sociais (processo de bricolagem).  |
| <b>Regulação</b> | Os meios digitais de comunicação são elementos de transformação da sociedade e da esfera doméstica, ou seja, demarcam a diluição das fronteiras binárias e antagônicas do que é para/de espaço público e espaço privado e seus sistemas classificatórios rígidos. Devido à essa ruptura da ordem social, muitos setores da sociedade passam a defender o uso limitado desses artefatos por meio de leis. A regulação é uma tentativa de manutenção de uma dada ordem.   |

Fonte: Extraído de Melo e Anjos (2020, p. 9-10)

Legenda: O quadro fora elaborado por mim e por Carol Melo a partir de Du Gay *et al.* (2015), a reprodução aqui conta com alguns ajustes gramaticais.

Após a exposição imagética e síntese no Quadro as próximas linhas são dedicadas a descrição de cada um dos processos do CC, lembrando que a separação é apenas pedagógica e na prática os processos se sobrepõem. A obra “*Doing Cultural Studies*” é iniciada apresentando o *Walkman* como um ‘artefato cultural’, posto que as significações acerca do mesmo foram construídas por diversas práticas de significado, fazendo dele um *médium* (um canal). Os autores também apresentam o conceito de “*mobile privatization*” (privatização móvel) expressão cunhada por Raymond Williams e que descreve as sensações e implicações sociais que os usos de dispositivos móveis podem causar quando o(s) indivíduo(s) o(s) consome(m). Assim sendo, trocando *Walkman* pelas plataformas digitais inferências semelhantes podem ser feitas, afinal, são literalmente um meio (no sentido de suporte) para práticas culturais contemporâneas.

O *Walkman* era o suporte por meio do qual se consumia música individualmente e em qualquer lugar, desde que o consumidor tivesse acesso ao artefato (*Walkman* e a fita cassete). As plataformas, por sua vez, desde que se tenha acesso a internet (via *hardwares* e *softwares*) e literacidade digital (MIHAILIDIS; THEVENIN, 2013) é passível de ser consumida em qualquer espaço e tempo e de forma individual e/ou coletiva.

As plataformas, após os anos 2010, passaram a construir e serem construídas por um contexto de “autocomunicação de massa” (CASTELLS, 2019) e em “[...] uma sociedade em rede autoconstruída com base na conectividade perpétua.” (CASTELLS, 2013, p. 169), conforme discutido no capítulo anterior. A mobilidade da comunicação sem fio e em permanente conexão com a internet é uma peculiaridade que apresenta impactos significativos na sociedade (tema interpretado, mas não analisado na obra de Castells). A conexão perpétua se dá, sobretudo, devido a popularização do uso dos telefones inteligentes (*smartphones*). É necessário acrescentar o argumento de Miskolci e Balieiro (2018) que, no texto “Sociologia Digital: balanço provisório e desafios”, apresentam a tese de que ‘quanto maior a tela menor seria a exposição a ela’ e o consumo se daria de forma mais coletiva. Por exemplo, frequentar uma sala de cinema: a tela é grande, são várias pessoas e a frequência seria semanal/mensal, quando a televisão chega aos lares tem-se uma tela menor, o consumo é familiar (e agregados) e diário. Já com os *smartphones* o consumo é individual e as pessoas passam várias horas do dia em contato com uma pequena tela. Um único aparelho é demasiadamente utilizado (individualmente) para trabalho, lazer, comunicação, acesso a informações disponíveis na internet, etc.

Embora seja um pensador do Vale do Silício, vale citar Jaron Lanier (2018), tecnólogo da informação que, discute a nocividade das empresas *Bummer*<sup>35</sup>. Lanier (2018) afirma que as informações capturadas dos usuários pelas plataformas são utilizadas de forma comercial e política. E isso traz diversas implicações *na* e *para* as sociabilidades e as subjetividades contemporâneas. O autor descreve que por não ser possível ver o que se passa no *feed* de notícias da rede social digital de alguém, como seria caso se estivessem assistindo a um mesmo programa de televisão, torna-se impalpável estabelecer pontos comuns para que a partir deles se tenha um debate de ideias. O exemplo que ele dá é que por mais sensacionalista que sejam as informações da programação da Rede Fox (*Fox Broadcasting Company*), seria possível discutir com alguém sobre o que se assistiu no referido canal. Ao passo que a *timeline*<sup>36</sup> de uma mesma rede social digital, por exemplo o Facebook, apresenta informações diferentes para cada uma das pessoas e, por haver aproximação semântica (devido as linguagens de programação e

---

<sup>35</sup> Jaron Lanier (2018) faz uma crítica à ideologia do Vale do Silício com ênfase a empresas como o Facebook. O ensaísta as denomina de ‘máquinas de fazer cabeça’, desse modo; o termo *Bummer* é um acrônimo de *Behaviour of Others, Modified, and Made into an Empire for Rent* (Comportamento de Terceiros, Modificado e Transformado num Império para Alugar).

<sup>36</sup> *Timeline* é a Linha do tempo. A página que aparece no início de redes sociais digitais (como também de sites), na qual há um ordenamento das publicações e atualizações feitas por outros usuários. Além disso, o conjunto de propagandas também é singular a cada usuário, devido a seu comportamento digital.

navegabilidade algorítmica discutidas no capítulo 2), outro fenômeno que acontece é o de “bolhas de informação”.

A fim de finalizar essa digressão e estabelecendo um diálogo entre Lanier (2018), Miskolci e Balieiro (2018) e Miskolci (2021) penso na síntese de que há um aumento de exposição e usos de *smartphones*, através dos quais os sujeitos estão em uma conectividade perpétua, entretanto de maneira individual. A individualidade não se dá apenas na forma em que se usa (um aparelho para uma pessoa), mas na experiência de navegação, publicidade personalizada, conexão sociosemântica de ideias, opiniões e gostos programados por algoritmos (que é produzido a partir de um plano de negócio, conforme descrito no capítulo 2), consubstanciando sociabilidades programadas (BUCHER, 2012, 2018) em uma sociedade plataformizada (DIJCK ; POELL; WAAL, 2018). Vale destacar que, a internet é um “espaço relacional” (McQUIRE, 2011 *apud* PADILHA, 2015) e que as tecnologias não exercem efeitos causais e determinantes sobre o comportamento humano (WILLIAMS, 2016).

Uma vez descritas as primeiras semelhanças e diferenças entre o *Walkman* e as plataformas digitais, adentro a descrição do processo de representação dentro do CC. Para os autores, as coisas são significadas através da forma como são representadas “[...] e o principal meio de representação na cultura é a *linguagem*.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 7, grifos dos autores, tradução livre)<sup>37</sup>. Acrescentam que são diversas as linguagens (principalmente a publicitária) que constroem os significados que representam o *Walkman* e tecem proposições para a identificação com o objeto e que devido a seus usos e representações o mesmo (*Walkman*) se torna um artefato cultural. Nas palavras dos autores:

Pertence à nossa cultura porque construímos para ele [*Walkman*] um pequeno mundo de significado; e este *dar sentido* ao objeto é o que o constitui como um *artefato cultural*. O significado é, portanto, intrínseco à nossa definição de cultura. Os significados ajudam-nos a interpretar o mundo, a classificá-lo de formas significativas, a ‘fazer sentido’ de coisas e acontecimentos, incluindo aqueles que nunca vimos ou experimentamos na vida real, mas que ocorrem em filmes e romances, sonhos e fantasias, assim como objetos no mundo real. [...] Portanto, o *Walkman* é ‘cultural’ porque o constituímos como um objeto significativo. Podemos falar, pensar e imaginá-lo. É também ‘cultural’ porque se liga a um conjunto distinto de *práticas sociais* (como ouvir música enquanto viajamos em um trem ou no metrô, por exemplo) que são específicas da nossa cultura ou do nosso modo de vida. É cultural porque está associada a certos *tipos de pessoas* (jovens, por exemplo, ou amantes da música); a certos *lugares* (a cidade, o ar livre, passear num museu) - porque lhe foi dado ou adquiriu um perfil ou *identidade social*. É também porque aparece frequentemente e está representado nas nossas linguagens visuais e meios de comunicação. (DU GAY *et al.*, 2015, p. 4, grifos dos autores, tradução livre)<sup>38</sup>.

<sup>37</sup>Texto original: “[...] and the principal means of representation in culture is *language*.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 13, grifos dos autores).

<sup>38</sup> Texto original: “It belongs to our culture because we have constructed for it a little world of meaning; and this bringing of the object *into* meaning is what constitutes it as a *cultural artefact*. Meaning is thus intrinsic to our

Por ser um artefato cultural, tanto o *Walkman* quanto as plataformas digitais, possuem significações e ressignificações que são construídas a partir das práticas culturais de consumo e produção. E é por meio dos usos (*consumo, produção, representação, regulação e identidade*) que os novos mapas de significado são produzidos e “[...] cada significado nos leva a outro significado em uma cadeia infinita.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 8, tradução livre)<sup>39</sup>.

De certa maneira, a construção de sentidos e as representações sobre o artefato cultural *Walkman* impactou, conforme explicam os autores, na mudança da prática cultural ‘ouvir música’ como também na produção de melhorias tecnológicas para se escutar música. Essas construções foram tecidas com e pelo discurso midiático/publicitário que representara tal prática (ouvir música no *Walkman*) significando-a a partir das referências e observações dos usos, mas sobretudo, gerando novos processos de identificação. Os anúncios possuem elementos ‘reconhecíveis’ e invocam identidades sociais, isto porque; “[...] a linguagem da publicidade não é tanto um reflexo de identidades culturais já formadas, mas sim a *construção* de identidades através da representação, representando-as de uma certa forma.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 33, grifo dos autores, tradução livre)<sup>40</sup>.

Os anúncios diretos ou indiretos (pessoa usando *Walkman* em um filme, por exemplo) são representações de um ‘estilo de vida’ e ‘identidade social’ que incorporam a ideia de cultura da mobilidade, portabilidade e movimento, assim, o artefato cultural *Walkman* se faz um meio para circulação de significados. Ademais, segundo Paul Du Gay *et al.* (2015, p. 17, tradução livre), cada nova tecnologia que surge sustenta, produz ou reproduz culturas, além disso, cada uma constrói, “[...] um pouco de ‘cultura’ própria.”<sup>41</sup>. De modo que, “[...] o consumo é cada vez mais um ato pessoal de ‘produção’, por si só.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 15, tradução livre)<sup>42</sup>.

---

definition of culture. Meanings help us to interpret the world, to classify it in meaningful ways, to ‘make sense’ of things and events, including those which we have never seen or experienced in real life but which occur in films and novels, dreams and fantasies, as well as objects in the real world. [...] So, the Walkman is ‘cultural’ because we have constituted it as a meaningful object. We can talk, think about and imagine it. It is also ‘cultural’ because it connects with a distinct set of *social practices* (like listening to music while travelling on the train or the underground, for example) which are specific to our culture or way of life. It is cultural because it is associated with certain *kinds of people* [young people, for example, or music-lovers]; with certain *places* [the city, the open air, walking around a museum] - because it has been given or acquired a social profile or *identity*. It is also because it frequently appears in and is represented within our visual languages and media of communication.” (GAY *et al.*, 2015, p. 4, grifos dos autores).

<sup>39</sup> Texto original: “Each meaning leads us back to another meaning, in an infinite chain.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 8).

<sup>40</sup> Texto original: “[...] the language of advertising is not so much a reflection of cultural identities which are already formed, as *constructing* identities through representation, by representing them in a certain way.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 33, grifo dos autores).

<sup>41</sup> Texto original: “[...] a little ‘culture’ of its own.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 17).

<sup>42</sup> Texto original: “Consumption is becoming more of a personal act of ‘production’ in its own right.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 15).

Essas características do artefato *Walkman* se aproximam das plataformas digitais, pois tanto o consumo como a produção de conteúdo geram uma cultura própria. Vale destacar que, em uma literatura produzida antes dos anos 2010, falava-se inclusive em *cybercultura* (como um modo de ser e estar no *cyberespaço*). No momento da internet plataformizada (2010-2020) é possível ‘ler’ as produções e o consumo como práticas de representação que possuem uma estética que adapta a linguagem do contínuo *on-line-off-line*, aos empreendedorismos de si fundamentados na economia da atenção. O processo de *representação* do CC é demasiadamente importante, por isso, será retomado durante a análise, para que à luz dos pressupostos teóricos auxiliem nas respostas à pergunta de pesquisa desta tese.

A *produção* é outro processo do CC que os autores discutem na obra “*Doing Cultural Studies*”. Para pensar a articulação da *produção* com os demais processos Du Gay *et al.* (2015) iniciaram com as narrativas sobre as origens da ideia da ‘invenção’ de um artefato que fosse um suporte móvel para se ouvir música individualmente. No caso, o produto que ‘deu certo’ foi o *Walkman* e por muito tempo se fez metonímia. Perceberam que havia uma construção discursiva e amplamente publicizada que unia a história da empresa Sony com a do empresário que a criou Akio Morita e, de igual maneira, tessituras que mesclavam desenvolvimento tecnológico com a identidade nacional do Japão (para os EUA e mundo ocidental).

A fabricação material e imaterial do *Walkman* fora comercializada de maneira particular, contando com a criatividade de profissionais de Tecnologias da Informação, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Designers. Isto é, tanto o modo de produção que mesclava as características das indústrias japonesas com as estadunidenses, as vendas de ações para os empregados, consumidores e parceiros e os resultados das pesquisas de mercado eram cuidadosamente publicizados visando uma performance imagética da empresa Sony e do objeto *Walkman*.

Essa estratégia, nova naquele momento, é hoje comum e entendida como um princípio básico do marketing o “*story telling*” (contar histórias). Cada empresa, marca, produto tem uma história e a forma de contar essa história é orientada pelos fundamentos do marketing de conteúdo (atração de consumidores com conteúdo ‘relevante’, entregue por diversos meios sem fazer uma propaganda direta do produto/marca).

O *Consumo* e a *produção* do *Walkman* estavam articulados pela opinião oriunda das pesquisas de mercado que eram consideradas para as modificações do produto. Entretanto, havia um foco de que a *produção* só se ‘consumia no consumo’, por isso, a comunicação com o público era imprescindível, segundo a perspectiva do empresário Morita:

O público não sabe o que é possível, mas nós sabemos. Assim, em vez de fazer muitas pesquisas de mercado, refinamos o nosso pensamento sobre um produto e a sua utilização e tentamos criar um mercado para ele, educando e comunicando com o público... Não acredito que qualquer quantidade dessas pesquisas pudesse nos dizer que a Sony Walkman seria bem sucedida<sup>43</sup>. (MORITA *et al.*, 1987, p. 79-82 *apud* DU GAY *et al.*, 2015, p. 53).

Ao transcrever o trecho da entrevista acima uma memória me tomou os pensamentos. Foram recordações das aulas de Introdução às Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e do curso técnico em Marketing e no fluxo de pensamento junto as lembranças de técnicas, práticas e discussões teóricas aprendidas nas disciplinas pensava também na capacidade de construção das narrativas empresariais. Embora hoje sejam outros os nomes, como Steven Jobs e Mark Zuckerberg; a época, Akio Morita (empresa Sony Walkman) dava ‘nome e rosto ao herói’ – no sentido de uma jornada empresarial de sucesso, uma das mil faces possíveis (alusão a Joseph Campbell). Inclusive uma síntese do que Morita falou está em uma das frases de Steven Jobs: “As pessoas não sabem o que querem, até mostrarmos a elas.”. *Consumo e produção* podem ser articulados pelas ‘estórias empresariais de sucesso’. O capítulo do livro é finalizado apresentando como que a Sony articulou *produção e consumo* do *Walkman* para o público:

Como sublinhámos nesta secção, os processos de produção apenas proporcionam uma série de possibilidades que têm de ser realizadas no e através do consumo. No processo, a empresa procura constantemente ter em conta e responder às formas como os consumidores estão se ‘apropriando’ do produto. *Parte do sucesso do Walkman se deu devido à forma como a Sony respondeu às utilizações do Walkman e integrou esse conhecimento à produção.* Ao fazê-lo, reuniram partes do circuito de cultura que são frequentemente consideradas como separadas. À medida que a produção e o consumo se articulavam, o produto recebia os seus toques finais. Por sua vez, foi redesenhado em resultado da forma como estava a ser utilizado no consumo. Assim, os designers ocupam um lugar de importantes intermediários culturais na interface entre a produção e o consumo. (DU GAY *et al.*, 2015, p. 54, grifos meus, tradução livre).<sup>44</sup>

Perante o exposto, é possível inferir que a ideia de articulação entre *produção e consumo* é feita também pela empresa YouTube, pois além dos diversos projetos e premiações criadas

---

<sup>43</sup> Texto original: “The public does not know what is possible, but we do. So instead of doing a lot of market research, we refine our thinking on a product and its use and try to create a market for it by educating and communicating with the public... I do not believe that any amount of market research could have told us that the Sony Walkman would be successful. (MORITA *et al.*, 1987, p. 79-82 *apud* DU GAY *et al.*, 2015, p. 53).

<sup>44</sup> Texto original: “As we stressed in this section, the processes of production only provide a series of possibilities that have to be realized in and through consumption. In the process, the company constantly seeks to take account of and respond to the ways in which consumers are ‘appropriating’ the product. Part of the Walkman’s success was down to the way in which Sony responded to the uses of the Walkman and integrated this knowledge into production. In so doing, they brought together two parts of the cultural circuit that are often thought of as separate. As production and consumption articulated, the product received its finishing touches. In turn, it was redesigned as a result of the ways in which it was being used in consumption. Hence, designers occupy a place as important cultural intermediaries at the interface between production and consumption.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 54).

há contínuas transformações desde o início em 2005 (e posterior compra da plataforma pela Google). Todavia, como a ideia é utilizar o CC para refletir e responder a pergunta de pesquisa volto ao processo de *produção* dos criadores de conteúdo, no caso, youtubers.

A *produção* depende que as pessoas que queiram ser criadoras de conteúdo tenham algumas literacidades, isto porque, para produzir vídeos, postá-los no YouTube e se tornar um influenciador digital (ver capítulo 2) a pessoa deve aprender a utilizar *hardwares* e *softwares*, como também entender minimamente a *regulamentação* da plataforma (mais adiante abordo, pois *regulação* é um processo do CC). Além disso, deve adquirir conhecimentos sobre as etapas da criação dos vídeos que possui uma estética audiovisual, identidade visual, ‘construção da marca’, história da marca, etc.

Outro ponto é que para se transmitir um conteúdo é necessário que se adapte a um formato consumível na plataforma. Por exemplo, Murilo Araújo, um dos youtubers cujo canal é analisado nesta tese (apresentarei todo(e/a)s na próxima subseção), fala no vídeo “Dá pra ser didático 100% do tempo?”, publicado dia 24 ago. 2018, que seu objetivo é produzir vídeos didáticos, com discurso organizados “[...] a fim de fazer os debates circularem e conversar com o máximo de pessoas possível. [...] democratizar e fazer circular [...] discussões que eu via acontecendo dentro da academia, mas que não saiam dali e vi que uma forma de traduzir esse conhecimento da forma mais didática possível de forma leve e até bem humorada [...]” (DÁ..., 2018, 00:00:55 – 00:01:15). Isto é, no constante empreendedorismo de si, deve-se colocar na conta os aprendizados sobre a forma de ‘falar o que se quer dizer’, afinal, o(a/e)s youtubers querem se manter como um(a) influenciador(a/e) digital, com audiência, monetização e premiações. Youtubers como qualquer outro(a/e) criador(a/e) de conteúdo digital precisam estar atento(a/e)s ao assunto e ao formato de seus vídeos, para assertar no posicionamento e ‘não pode dar close errado’<sup>45</sup>. Além disso, deve perceber as apropriações que seguidores (consumidores) estão fazendo do conteúdo produzido por ele(a)s. Uma das perspectivas dos Estudos de Plataforma é justamente a dos Estudos Culturais que discute como que os usos das plataformas modificam as práticas culturais e são modificadas pelos usos dos usuários. Nas palavras do(a)s autore(a)s, os usos da “[...] plataforma leva a uma (re)organização das práticas culturais em torno das plataformas, enquanto essas práticas moldam simultaneamente as dimensões institucionais de uma plataforma.” (POELL; NIEBORG; DIJCK, 2019, p. 6, tradução livre)<sup>46</sup>.

<sup>45</sup> Expressão que apareceu no campo, cujo significado é falar algo que não seja ‘politicamente correto’, ‘dar uma mancada’, ‘falar besteira’, retomo essa expressão na análise.

<sup>46</sup> Texto original: “[...] platformisation leads to the (re-)organization of cultural practices around platforms, while

Há uma linha tênue que separa os processos de *produção* e *consumo* na perspectiva do CC, pois a ideia de produção simbólica é intrínseca à produção material quando o objeto é um artefato cultural. E quando o tema é o trabalho imaterial o borramento aumenta ainda mais e não fica claro onde começa e termina. O *consumo* modifica os significados dos produtos a partir das apropriações feitas durante o uso, como também pelas posições que determinado artefato ocupa na vida sociocultural. Outro ponto de fronteiras permeáveis é a articulação *consumo* e *identidade* (um processo do CC), isto porque, a utilização de um produto pode ser lida como um objeto de distinção, demarcador, afirmador de identidades e diferenças entre grupos sociais.

No livro, os autores analisam a profissão dos designers e as importantes posições que ocuparam dentro da empresa Sony. Emprestaram de Pierre Bourdieu<sup>47</sup> o termo ‘mediadores culturais’ para descrever como que esses profissionais “[...] desempenham um papel ativo na promoção do consumo atribuindo a produtos e serviços significados e ‘estilos de vida’ específicos com os quais os consumidores se identificarão.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 56, tradução livre)<sup>48</sup>.

Demonstram também as diversas estratégias inovadoras, à época, que os designers da Sony tiveram, como por exemplo, a transformação das lojas em um ‘laboratório’. Ora a construção de *showroom* era ‘altamente projetada’ para incentivar à interação dos consumidores com os produtos da Sony, ‘sem a pressão para consumir’ que uma loja tradicional teria e, desse modo, os comportamentos dos consumidores (relação consumidor-*Walkman*) eram monitorados pela equipe. “Nesse sentido, o showroom é muito mais um laboratório projetado para articular ainda mais a produção com o consumo.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 59)<sup>49</sup>.

Durante a escrita deste subtítulo conheci a obra “*Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*” de Nancy Baym (2018). Na obra, a autora trabalha com duas categorias *emotional labor* (trabalho emocional) e *relational labor* (trabalho

---

these practices simultaneously shape a platform’s institutional dimensions.” (POELL; NIEBORG; DIJCK, 2019, p. 6).

<sup>47</sup> No capítulo “*Consuming the Walkman*” (Consumo do Walkman) os autores citam e tecem críticas à metodologia e conclusões das pesquisas de Pierre Bourdieu, para na sequência apresentarem a abordagem dos Estudos Culturais que intenta apreender não somente os valores de uso, mas o valor simbólico do consumo de determinados artefatos culturais. “Assim, embora Bourdieu indique a importância do consumo para a produção e reprodução das divisões de classe, é incapaz de explicar as formas como as práticas de consumo podem ser transversais, criando novas identidades sociais e diferenças no processo.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 93, tradução livre). Texto original: “Therefore although Bourdieu indicates the importance of consumption to the production and reproduction of class divisions, he is unable to explain the ways in which consumer practices may cross-cut gives social divisions creating new social identities and differences in the process.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 93)

<sup>48</sup> Texto original: “[...] which have been represented as providing the key to its success in achieving this ‘fit’ between production and consumption.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 56).

<sup>49</sup> Texto original: “In this sense, the showroom is very much a laboratory designed to further articulate production with consumption.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 59).

relacional) para discutir como que músicos contemporâneos precisam desenvolver uma série de expertises como o gerenciamento de suas carreiras e relação com o público. Inicia a obra discutindo como que a música é uma forma de comunicação que expressa significados e sentimentos, todavia tem se transformado em uma prática performativa, participativa (dos fãs e de outros agentes *para* e *na* produção musical) e comercial. Embora essa última característica não seja questionada teoricamente, Baym (2018) discute as transformações tecnológicas, políticas, culturais e econômicas que levam a reflexões sobre as carreiras incertas, não reguladas, ao empreendedorismo de si e a monetização das relações íntimas (para o caso dos músicos). O livro é feito a partir da entrevista com 40 músicos e traz importantes reflexões sobre as profissões culturais na era da internet de plataforma. Nos termos da autora:

Este livro baseia-se nessas entrevistas, e em uma variedade de outros materiais, em observações e experiência de décadas que me possibilitaram pintar um retrato holístico dos contextos históricos, culturais e tecnológicos que dão origem a expectativas de que os músicos se liguem ao seu público de forma mais íntima, as tensões dialéticas que esta manutenção relacional contínua implica, e as formas como os músicos dão sentido e gerenciam estrategicamente suas ligações com as audiências. Os músicos são o centro das atenções, mas este livro não é apenas sobre eles. Os músicos são precursores culturais. *As tensões que enfrentam enquanto tentam negociar os limites das suas relações com as audiências, e as estratégias que concebem para gerir estas tensões, têm implicações para trabalhadores em inúmeros campos, à medida que se esforçam por construir e manter mercados pelo seu trabalho. Se há alguém que tem uma ideia para tocar para a multidão, são eles.* (BAYM, 2018, posição 195, grifos meus, tradução livre).<sup>50</sup>

Assim, buscando relacionar os processos de *produção e consumo* presentes nas obras “*Doing Cultural Studies*” (DU GAY *et al.*, 2015) e em “*Playing to the Crowd*” (BAYM, 2018) é possível entender que a articulação é inerente à produção de trabalho material (no caso dos suportes – *Walkman* ou CD, hoje ancorados no *streaming* de música) como também do trabalho imaterial (usos do *Walkman* ou a música propriamente dita). A Sony se esforçava para manter a venda e lançamentos de novos produtos em uma crescente (ou pelo menos em uma constante) e os músicos contemporâneos também intentam lançar novos produtos. Ambos se valem da estratégia de ‘relação com o público’, embora as abordagens sejam diferentes.

---

<sup>50</sup> Texto original: “This book draws on those interviews, a variety of other materials, and my observations and experience over decades to paint a holistic portrait of the historical, cultural, and technological contexts that give rise to the expectations that musicians connect with their audiences in more intimate ways, the dialectic tensions this ongoing relational maintenance entails, and the ways that musicians make sense of and strategically manage their connections with audiences. Musicians are the focus, but this book is not only about them. Musicians are cultural forerunners. The tensions they face as they try to negotiate the boundaries of their relationships with audiences, and the strategies they devise to manage these tensions, have implications for workers in countless fields as they strive to build and maintain markets for their work. If anyone has insight into playing to the crowd, it’s them.” (BAYM, 2018, posição 195).

Na mesma encruzilhada estão as pessoas que são produtoras de conteúdo digital. Ora, designers precisavam estar atentos aos usos, apropriações e significações que o(a/e) consumidore(a)s faziam do *Walkman* (DU GAY *et al.*, 2015), os músicos estão em constante trabalho afetivo, interativo e comunicacional com o público (BAYM, 2018) e os criadores de conteúdo digital fazem uma *produção* muito semelhante à dos músicos, no que tange à relação com o público para ‘sobreviver nas plataformas’.

O YouTube traz esse aspecto de articulação entre os processos de *produção* e *consumo* como uma característica da marca (ver capítulo 2), mesmo quando a empresa ainda não monetizava as pessoas que postavam vídeos (projeto de parcerias – abordado mais adiante), o segundo *slogan* (2006-2016) da plataforma era: “*Broadcast Yourself*”, algo como transmita você mesmo. Edições caseiras de vídeos marcaram a primeira geração, todavia com a ampliação do uso (*consumo*) e *produção* (melhoria tecnológica, aumento da produção de conteúdo por sujeitos e empresa e a profissionalização) os produtos veiculados na plataforma ficaram cada vez mais sofisticados.

Sobre os processos de profissionalização dos criadores de conteúdo o texto de Giulianna Bueno Denari (2020) apresenta aspectos que podem ser relacionados às obras de Paul Du Gay *et al.* (2015) e Nancy Baym (2018). No artigo “Sem visualizações, sem emprego: vida e processo de trabalho de youtubers brasileiros”, Denari (2020) apresenta como que o trabalho digital é baseado na ‘exploração’ de conhecimentos para a construção e manipulação de símbolos e ideais. O profissionalizar-se é passar de um usuário-consumidor para um ‘parceiro’ e produtor de conteúdo. Os elementos para ter um canal de ‘sucesso’ (audiência, monetização, etc.) são angariados na observação de outros canais da própria plataforma, no acúmulo de informações sociais e culturais e conhecimento (mínimo) do funcionamento da plataforma e suas regulações, além do aprendizado de edição de vídeo.

Outros borramentos entre *produção* e *consumo* no YouTube são ‘entretenimento’ e ‘trabalho’, ‘necessidade’ de falar sobre experiências e expor a vida para gerar ‘aproximação e engajamento’ do público ou ainda na quantidade de produtos, tempo gasto para pensar, criar e postar o conteúdo, como também responder aos comentários, buscar patrocínios e parcerias. As pessoas que se profissionalizam como criadores de conteúdo digital (DENARI, 2020) ou os músicos na era das plataformas (BAYM, 2018) respondem à lógica da cultura da recomendação (DIJCK, 2016; SOUZA, 2019), da economia da atenção, autopromoção e do empreendedorismo de si. Sem intenção de encerrar esta discussão que tem ganhado fôlego na Sociologia do Trabalho, Sociologia das Ocupações e Sociologia Digital, por não ser o tema da tese, encerro a exposição e passo para o processo de *regulação* do CC.

A discussão sobre o processo de *regulação* do *Walkman* é muito semelhante aos usos de *smartphones* que acessam à internet possibilitando aos consumidores um tipo de ‘lazer privatizado’ que fora projetado de forma comercial para um consumo privado, móvel e em público (ou em casa). No livro, Paul Du Gay *et al.* (2015) recorrem aos sistemas classificatórios dissertados por Mary Douglas acerca do que está ‘dentro’ ou ‘fora do lugar’, para assim, pensar a *regulação* do *Walkman* como um artefato cultural presente na cultura urbana e jovem.

A ideia de que os objetos só alcançam significado através da sua inserção em um determinado **sistema classificatório** tem uma série de consequências importantes. Em primeiro lugar, as suposições sobre a ‘natureza’ e a ‘essência’ dos objetos são imediatamente passíveis de dúvida ao se aceitar que o significado de qualquer objeto não reside no próprio objeto, mas é um produto de como esse objeto é construído socialmente através da classificação, linguagem e representação. (DU GAY *et al.*, 2015, p. 107, grifos dos autores, tradução livre)<sup>51</sup>.

O capítulo “*Consuming The Walkman*” (Consumo do Walkman) aborda como que o artefato cultural fora colocado, em muitos discursos ‘conservadores’ e ancorados nos meios de comunicação de massa, como algo ‘fora do lugar’ ao mesmo tempo em que nos mesmos discursos passava a ser um objeto que identificava e representava uma cultura da juventude e, por isso, imediatamente colada à ideia de ‘rebeldia’. Assim sendo, no capítulo “*Regulation The Walkman*” (Regulação do *Walkman*) os autores apontam, como na transcrição acima, que os significados não estão no objeto, mas na atribuição feita por quem consome e nas formas que passam a ser representados no imaginário social ‘dentro’ ou ‘fora’ da paisagem da cultura urbana.

A ideia de *regulação* é, portanto, uma tentativa de manter uma dada ordem. O *Walkman*, artefato que permitia uma escuta privada, móvel e em público, representou uma ameaça à ordem estabelecida e em torno de si ascendeu um ‘pânico moral’, um reverendo inclusive falou que o objeto tomaria o lugar da ‘voz de Deus’:

[Alan] Bloom não foi o único a castigar [responsabilizar] o walkman pelos danos que estava infligindo os costumes cívicos. Outros guardiães da moralidade pública emergiram com iguais acusações condenatórias da tecnologia e dos seus efeitos. Num artigo na revista Christianity Today (EUA), Mark Noli, um professor de história da Wharton College, argumentou que o walkman representava uma séria ameaça para o futuro do cristianismo, não só porque alimentou ‘o hedonismo que é o destino da América no final do século XX’, mas o mais importante porque chamou ‘para

<sup>51</sup> Texto original: “The idea that objects only achieve meaning through their insertion within a particular **classificatory system** has a number of important consequences. First, taken for granted assumptions about the ‘nature’ and ‘essence’ of objects are immediately open to doubt if one accepts that the meaning of any object does not reside within the object itself but is a product of how that object is socially constructed through classification, language and representation.” (DU GAY *et al.*, 2015, p. 107).

existência ainda mais um concorrente à voz de Deus'. (BLOOM, 1987, p. 22-23 *apud* DU GAY *et al.*, 2015, p. 86, tradução livre).<sup>52</sup>

Por romper com classificações entre ‘público e privado’ o *Walkman* adquiriu um *status* de ‘matéria fora do lugar’ e, no limite em discursos conservadores, como o da citação; um objeto que tomaria o ‘lugar da voz da tradição ou de Deus’. Os ‘pânicos morais’ reascendem sempre e não é incomum ler matérias jornalísticas apresentando dados sobre os males dos usos de *smartphones*, computadores pessoais, da internet, ainda que, hoje, os mesmos componham a paisagem urbana. As discussões ficaram mais calorosas durante o estranho ano de 2020 que, devido ao isolamento social (medida de prevenção a contaminação pelo vírus Covid-19), a maior parte das atividades passaram a ser realizada de forma digital. Para não me demorar mais nessa pauta, posto que não é o foco, passo para explanação da relação do processo de *regulação* discutido em “*Doing Cultural Studies*” para pensar a plataforma YouTube.

A *regulação* pode ser pensada em diversos âmbitos, por exemplo, as internas à empresa YouTube: as regras de parceria (monetização), do tamanho e formato dos vídeos que podem ou não ser postados, assuntos e formas de abordá-lo, normas internas para inserção de publicidade e propaganda (regra que existe desde 2016 – ver capítulo 4), entre outros. As externas: as regras sobre o conteúdo e formato das publicidades (PAPINI, 2016), o que é considerado ‘dentro do lugar’ socialmente para estar no YouTube, quando, onde e porquê consumir os vídeos do *streaming* da Google, etc. Voltando as internas outra forma de *regulação* ‘sutil’ são as premiações, cursos, convites para visitar o *YouTube Space* (falo sobre mais adiante) ou viagens patrocinadas, participação em projetos, tudo isso, são ‘bonificações’ que dizem que o que está sendo produzido pelo(a/e)s youtubers está ‘dentro do lugar’.

As regras internas não são muito claras, além de mudarem com frequência e isso é um fator dificultador nos processos de *produção* que visam a monetização, textos como de Denari (2020) e Kopf (2020) discutem essa questão. A *regulação* é um processo do CC que está articulado a todos os outros com regras explícitas ou implícitas. Sem intenção de esgotar a argumentação sobre esse processo passo para o seguinte.

O processo de *identidade* no CC não tem um capítulo específico no qual é discutido, como acontece com os demais, creio que por ser o mais transversal. É articulado com a

---

<sup>52</sup> Texto original: “[Alan] Bloom was not alone in chastising the Walkman for the damage it was inflicting on civic mores. Other guardians of public morality emerged with equally damning indictments of the technology and its effects. In an article in the US magazine Christianity Today, Mark Noli, a history professor from Wharton College, argued that the Walkman posed a serious threat to the future of Christianity, not only because it fed ‘the hedonism that is the fate of America in the late twentieth century’, but more importantly because it called ‘into existence still one more competitor to the voice of God.’” (1987, p. 22-23 *apud* DU GAY *et al.*, 2015, p. 86).

*representação* (posto que a identidade se vale da representação para constituir a identificação), *consumo* (modificação e atribuição de sentidos por meio do uso e, posteriormente, se faz símbolo de identidade e diferença entre grupos sociais), *produção* (pensada para um consumidor se identificar, além disso, conforme exposto, os publicitários buscam criar identidades ‘através de representações’, ao representar de determinada forma’) e na *regulação* (a partir dos usos fica-se ‘dentro’ ou ‘fora’ do lugar).

A *identidade* como um elemento de articulação (e articulado) no CC se aproxima mais da ideia de identificação, no caso entre consumidores/usuários com os artefatos culturais, do que com o conceito de identidade, no sentido filosófico e psicológico. As identificações ‘bem-sucedidas’, isto é, em que a linguagem anexou significado às identidades de grupos sociais passa a ser um símbolo de estilo de vida de um grupo social.

Pensando nas plataformas o processo de *identidade* também está articulado ao *consumo*, *produção*, *representação* e *regulação*. Isto porque, a identificação para *consumo* das *produções* de criadore(a)s de conteúdo digital acontecem atravessadas pela navegabilidade algorítmica e as sociabilidades programadas (BUCHER, 2012, 2018) digitalmente. Indicações do ‘próximo vídeo’ ou sugestão de canais para seguir, por exemplo, se dá pela conexão semântica entre os títulos, descrições, *hashtags*, canais que se seguem ou se indicam, formatos audiovisuais, comportamento digital, etc., assim, acontece uma clusterização sócio-técnico-semântica que é uma síntese entre a linguagem publicitária, linguagem de programação e linguagem social.

Já para quem *produz* o conteúdo o processo de distribuição demanda das características acima descritas, como também da relevância (métrica) que o canal tem dentro da plataforma, a exemplo; se faz parte do programa de parcerias (*regulação*) ou se já participou de algum evento ou projeto promovido pela empresa YouTube. As *identificações*, dessa maneira, são atravessadas pela abordagem dos temas, pela figura/persona do(a/e) youtuber, pela audiência do canal, como também pelos comutadores que conduzem digitalmente a navegação<sup>53</sup>. Como já exposto, as publicidades e indicações de vídeos (no caso do YouTube) são feitos de forma personalizada e, geralmente, o *consumo* é individual o que faz com que a experiência de estar em uma plataforma seja única.

Outra questão é quando as identidades sociais são acionadas como elemento norteador para *produção* e *consumo*, assim, se fazem também *representação*. Quando uma pessoa negra *produz* conteúdo sobre a temática racial traz sua identidade como algo que orienta sua inserção no campo discursivo digital, sendo esse um dos elementos da análise.

---

<sup>53</sup> O termo condução não deve ser lido como o que determina a navegação, mas como sinaliza, as coisas são relacionais (PADILHA, 2015; WILLIAMS, 2016).

Uma vez apresentado o CC e seus processos buscando utilizá-lo como ferramenta metodológica, no próximo subtítulo, descrevo quais são os canais selecionados (*como e por que* foram selecionados).

### 3.2 “SALVE GALERA DO YOUTUBE!” HOJE, VOU FALAR SOBRE OS CANAIS SELECIONADOS PARA ANÁLISE

O desenvolvimento de pesquisas ‘*sobre, nos ou dos*’ contextos digitais é um desafio colocado para as Ciências Sociais, entretanto, como venho acompanhando alguns debates é possível afirmar que, embora a digitalidade e a plataformização da sociedade sejam questões novas à sociedade (e à ciência) os procedimentos de geração de dados e de tratamento e análise tradicionais não precisam ser abandonados. Pelo contrário, a área possui um acúmulo de procedimentos teórico-metodológicos que talvez demande mais de adaptações, devido às peculiaridades do campo, do que ser ‘deixado de lado’.

Após o abandono de ferramentas e ‘softwares de análise qualitativa assistida por computador (*Computing Assisted Qualitative Data Analysis Software CAQDAS*) e do método de Análise de Redes Sociais (*Social Network Analysis*) para o ambiente digital deparei-me com algumas leituras, dentre as quais trago o contato com o texto “Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões” de Débora Leitão e Graziela Gomes (2017) do qual apreendi a ideia de perambulação como uma adaptação tanto do *flâneur* citado (pelas mesmas) como a semelhança com a Observação Flutuante que foi o que fiz com os canais descobertos, apresentados e acompanhados de forma flutuante, perambulante.

A plataforma Youtube possui cerca de “105 milhões de usuários ativos mensalmente no Brasil”, segundo dados divulgados pela própria empresa, no evento *YouTube Brandcast*<sup>54</sup>, em novembro de 2020; diante de tantos números a descrição do *onde, como* e do(s) *porquê(s)* – motivos e critérios de inclusão – que alguns canais foram selecionados em detrimento de outros, para serem analisados nesta tese, se faz necessária. Um dos pontos da seleção foi a forma como alguns aluna(o/e)s falaram de alguns canais/youtubers, diziam: “Professora, isso mudou a minha vida”. Os temas, via de regra, eram sobre relações raciais, sexualidade, gênero e também

---

<sup>54</sup> O “*YouTube Brandcast*” é voltado para imprensa, criadores de conteúdo e empresas. Nesses eventos a empresa YouTube apresenta números, novidades e lança projetos ou produtos de projetos anteriores, como por exemplo, do YouTube Originals; “2ª temporada de *Próxima Parada*”, de Whindersson Nunes; “*Galinha Pintadinha*”, um reality show do canal de humor Porta dos Fundos e uma série documental de KondZilla “*The Beat Diaspora*” (CAPELAS, 2020).

relacionados às disciplinas de Teorias da Comunicação e Teorias do Jornalismo. Sendo esse um “*como*” e um “*porquê*”.

Para ampliar o diálogo e saber o que a(o/e)s aluna(o/e)s estavam assistindo passei a ‘perambular’ na plataforma e a prestar atenção, assistir e a seguir os canais cujos os nomes se repetiam nas narrativas apresentadas pelo(a/e)s aluna(o/e)s. Vale destacar que, esses mesmos canais começaram a pautar matérias jornalísticas, tais como: “10 Youtubers Negros!” (VASCONCELOS, 2016), “Conheça youtubers que debatem temas importantes para as mulheres negras” (IZEL, 2017), “Médica prescreve escritoras e youtubers negros para paciente com depressão” (CRISTINI, 2019) ou com manchetes “Eles explodiram nas redes sociais”, capa da Revista Raça (edição 209, em agosto de 2019). Assim sendo, foram os conteúdos e a reverberação desses canais na mídia tradicional que me provocaram a querer pesquisá-los. Eis outro *como* e outro *porquê*.

Na segunda metade de 2017, quando finalizo o projeto de pesquisa para pleitear a entrada no doutorado, já tinha ocorrido o projeto do *YouTube Space*: “YouTubeNegro” (em novembro de 2016) e, logo na sequência, enquanto esperava resultado de alguns processos de doutorado acontece o “*YouTubeBlack* Brasil”, em novembro de 2017, não foi surpresa ver que os canais que integravam os projetos eram praticamente os mesmos que a(o/e)s aluna(o/e)s falavam e que estavam nas notícias jornalísticas, citadas anteriormente. Os projetos traziam youtubers negro(a)s falando sobre quem eram e o que era ser um(a) youtuber negro(a) no Brasil. A edição YouTubeNegro tinha o formato de entrevista, no qual a youtuber Nátaly Neri (canal “Nátaly Neri - Afros e Afins”) entrevistou as cantoras Elsa Soares e Tássia Reis, como também as(os) youtubers Magá Moura; Xan Ravelli e Gabi Oliveira; Murilo Araújo; Joyce Gervaes e Tati Sacramento; Egnalda Côrtes e PH Côrtes e; Ana Paula Xongani, os vídeos foram postados no canal “Nátaly Neri - Afros e Afins”, com exceção de um. No penúltimo vídeo do projeto “YouTubeNegro”, Nátaly é entrevistada pelo youtuber PC Siqueira e essa gravação foi postada no canal do referido youtuber (canal “MasPoxaVida”).

Já no projeto “*YouTubeBlack* Brasil” as(os) youtubers negras(os) falam sobre si e os vídeos foram postados em seus próprios canais, com títulos “Eu Sou [nome da/o youtuber]”, participaram dessa edição: Ramana Borba; Luci Gonçalves; Camila Nunes; Nátaly Neri; Caio Franco; Tia Má; Gabi Oliveira; Mari Ribeiro; PH Côrtes e Murilo Araújo<sup>55</sup>. Em 2018 e 2019, o projeto “*YouTubeBlack* Brasil” se deu em forma de eventos que aconteceram na sede do *YouTube Space* e youtubers foram convidados para participarem de uma série de palestras,

---

<sup>55</sup> Apresentei, em 2019, no 19º Congresso Brasileiro de Sociologia; um artigo no qual analiso os projetos “YouTube Negro” (2016) e “*YouTubeBlack* Brasil” (2017).

*workshops* e shows (ver Quadro 2, no capítulo 2). Em 2020, a edição foi digital, devido ao isolamento social por causa da Covid-19.

Outra conjugação de ‘*onde, como e porquê*’ escolhi determinados canais de youtubers está no fato de que o projeto *YouTube Creators for Change* (ver capítulo 2) ter selecionado, em 2018, Nátaly Neri (canal “Nátaly Neri- Afros e Afins”) e Murilo Araújo (canal “Muro Pequeno”), como embaixadora e embaixador e na edição de 2019, a youtuber Ana Paula Xongani (canal “Ana Paula Xongani”). Vale destacar que, ao participarem do projeto os youtubers recebem uma verba (cujo valor individual não é divulgado), instrumentalização técnica e suporte para produção de vídeos. Em 2018, Nátaly produziu o documentário “Negritudes Brasileiras” (58 min.) e Murilo uma série de entrevistas #Homem negro (“Onde estão os homens negros”; “Violência e Encarceramento”; “Família e Paternidade Negra”; “Machismo na comunidade negra” e “Bichas pretas e masculinidades”), com média de 17 minutos cada. Em 2019, Ana Paula Xongani produziu o mini documentário “Por que preciso voltar à escola”, no qual aborda educação de meninas negras, pertencimento e autoestima dentro do ambiente escolar. O projeto de 2019 teve como tema “Educação para meninas” e surge de uma parceria entre Obama Foundation’s (Michele Obama), Malala Fund (da ganhadora do Nobel Malala Yousafzai) e a plataforma YouTube. Para pleitear ser um(a) embaixador(a) do “*YouTube Creators for Change*”, o(a/e) youtuber já deve ter em seu canal produções de vídeos que abordem temas como combate ao discurso de ódio, xenofobia, extremismo e favoráveis a maior tolerância e empatia, segundo critérios divulgados pela própria empresa e diz que ‘a proposta é ampliar essas vozes’ (DOWNS, 2016).

Acrescento ainda o projeto “Fundo Vozes Negras”, criado pela empresa após a morte de George Floyd, que destinou, em 2020, 100 milhões de dólares para 132 youtubers negra(o/e)s em sete países (África do Sul, Austrália, Brasil, Estados Unidos, Nigéria, Quênia e Reino Unido). No Brasil, foram selecionada(o/e)s 35 youtubers negra(o/e)s para participarem do projeto, destaco que a maioria dos nomes são os mesmos que venho acompanhando<sup>56</sup>.

Antes de concluir a informação sobre os projetos do YouTube é preciso fazer um adendo sobre a morte de Floyd. George Perry Floyd Jr. – homem, afro-americano, 46 anos e pai de uma

---

<sup>56</sup> Os canais/youtubers selecionados para essa primeira edição do “Fundo Vozes Negras” são: 10ocupados; AD Junior; Ana Paula Xongani; Beleza Negra - Patrícia Avelino; Camila Nunes; Débora Luz; Dois Por Cento TV; Gabi Oliveira; Guardei No Armário - por Samuel Gomes; Herdeira da Beleza; Jacy July; LevviTalk; Luany Cristina; Luci Gonçalves; MC Carol; Monalisa Nunes; Muro Pequeno; Nátaly Neri/ Afros & Afins; Nath Finanças; Neggata; Papo de Preta; Péricles; PhCôrtés; Preta Araújo; Rafaela Lima; Ramana Borba; Soul Vaidosa; Spartakus Santiago; Thelminha; Tô de crespa; UmBipolar; UTK e Yuri Marçal. Dentre esses tive contato com UmBipolar, mas por não me identificar com o humor não acompanhei. Já os canais AD Junior; Ana Paula Xongani; Luci Gonçalves; Neggata; Papo de Preta; Spartakus Santiago e Yuri Marçal são acompanhados, todavia não entraram na análise devido aos critérios de exclusão.

criança de 6 anos – fora assassinado por asfixia pelo policial branco Derek Chauvi, na cidade de Minneapolis (Minnesota, Estados Unidos). Sua morte aconteceu no dia 25 de maio, mesma data em que se comemora o dia mundial da África. A frase que George Floyd tentava repetir enquanto o policial o asfixiava – com o joelho em seu pescoço, empurrando seu rosto contra o chão – era: “*I can’t breathe* (Eu não posso respirar)<sup>57</sup>”, tudo isso reacendeu a pauta do movimento transnacional do *Black Lives Matter* (BLM - Vidas Negras Importam).

O movimento BLM marca o ativismo afro-estadunidense e trata de manifestações que foram iniciadas após a absolvição do policial George Zimmerman pelo assassinato do jovem negro Trayvon Martin.

Na primavera de 2012, milhares de pessoas tomariam as ruas novamente para protestar contra o assassinato do adolescente negro desarmado Trayvon Martin. Os acampamentos do Occupy podem ter sido destruídos, mas as marchas e mobilizações por Trayvon mostraram que a confiança para confrontar as autoridades ainda estava viva. Semanas depois de artigos de jornais descreverem o assassinato de Trayvon Martin num condomínio fechado na Flórida, a história se tornou ‘viral’ e protestos irromperam por todo o país para exigir que o assassino de Martin, George Zimmerman, fosse preso. [...] Finalmente Zimmermann foi preso, o que legitimou a importância dos protestos, marchas e atos depois do esmagamento dos acampamentos do *Occupy*. Zimmermann acabou por ser absolvido do assassinato de Trayvon Martin, reforçando para milhões de pessoas o que a América negra já sabia: a impossibilidade de um jovem negro obter justiça num tribunal americano. A absolvição de Zimmermann também impulsionou a desafiadora palavra de ordem *Vidas Negras Importam*. (TAYLOR, 2018, p. 114, grifos da autora).

Retomando os protestos referentes a morte de Floyd, em junho de 2020, as manifestações transpuseram as fronteiras dos EUA e tiveram adesão ao redor do mundo (PROTESTOS..., 2020), caracterizando uma mobilização transnacional que se opõe à violência policial e ao genocídio de pessoas negras.

Adendo feito, retorno ao projeto “Fundos Vozes Negras” para ressaltar que o(a/e)s youtubers passam por um processo seletivo (tal como no *YouTube Creators for Change*) e ao serem selecionados recebem suporte (em diversas modalidades, ver Quadro 2, no capítulo 2) e verba do Fundo para desenvolverem vídeos.

Após exposição dos projetos “YouTubeNegro (2016)”, “*YouTubeBlack* Brasil (2017, 2018, 2019, 2020)”, “*YouTube Creators for Change*” e “Fundo Vozes Negras” é importante

---

<sup>57</sup> A expressão *I can’t breathe* também fora repetida pelo jovem negro Eric Garner, morto por asfixia por um policial branco (Daniel Pantaleo), em Nova Iorque (EUA). Uma onda de protestos tomou as ruas de diversas cidades dos EUA: “a decisão de outro grande júri de não condenar outro policial branco envolvido no assassinato de outro negro desarmado, Eric Garner. Os protestos que se seguiram a essa decisão foram maiores e mais difundidos do que nunca. Em 13 de dezembro, mais de 100 mil pessoas tomaram as ruas de Nova York, Washington D.C. e cidades por todo o país num dia de ação para declarar que Vidas Negras Importam.” (TAYLOR, 2018, p. 117).

sublinhar que não se trata (somente) de uma institucionalização da política da diferença que busca mitigar as desigualdades dentro e fora da empresa. É isso, mas é também uma ação baseada em princípios do marketing 3.0, pontualmente a estratégia de “marketing de causa” e “marketing de transformação social” que são formas das empresas destinarem recursos (pessoal, material e/ou financeiro) para questões sociais e ambientais. Dessa forma, tanto a abordagem de marketing social (que visa promover ações sociais de mudança de atitude e percepção) quanto a de responsabilidade social (promoção do bem-estar de trabalhadores da empresa, dos clientes e das comunidades) visam ampliar o relacionamento da empresa com o cliente-consumidor. De modo que, na era do marketing 3.0:

[...] abordar os desafios sociais não deve ser apenas uma ferramenta de relações públicas ou um meio de difundir críticas sobre algum incidente negativo provocado por práticas da empresa. Ao contrário, as empresas devem agir como bons cidadãos corporativos e lidar com os problemas sociais no âmago de seus modelos de negócios. *Algumas empresas podem fortalecer seu impacto ao passarem da filantropia e das campanhas de marketing de causas para a transformação sociocultural [...]. A transformação sociocultural vê os consumidores como seres humanos que deveriam ser fortalecidos para galgar degraus na pirâmide de Maslow. Isso é relevante para as empresas não apenas no nível do produto, como também no nível do modelo de negócios. Ao utilizar o poder da colaboração, elas podem reduzir custos e gerar maior impacto.* (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2012, p. 146, grifos meus).

Diante da transcrição e pensando no caso do YouTube é possível inferir que, a empresa ao construir os projetos está tecendo sua performance imagética e comercial, agregando valor à marca e sendo relocada em nichos de disputa no ecossistema midiático (articulando discursivamente os processos de *consumo, produção e representação*, conforme o circuito de cultura, mencionado no subtítulo anterior). Pois, da mesma forma que afirma estar contribuindo para a “ampliação” de vozes negras (ao menos dentro da plataforma) amplia também o *consumo* dos produtos veiculados no próprio YouTube. Isto porque, com a verba, equipamentos e instrumentalização o(a/e)s youtubers que participam dos projetos “*YouTube Creators for Change*”, “Fundo Vozes Negras” ou “*YouTube Black Creators*”<sup>58</sup> devem produzir material audiovisual e veicular no YouTube. Assim sendo e em conformidade com a prescrição do ‘guru’ do marketing Philip Kotler, além de reduzir os custos a empresa trabalha para gerar impacto positivo da marca, valores, imagem e produtos da empresa.

Trata-se de uma estratégia vendável e “fica bonito” uma empresa abraçar uma causa, anunciando a cifra em dólares para apoiar youtubers negro(a/e)s no mundo, não

---

<sup>58</sup> Em 2016, por exemplo, aconteceu uma edição “Intensivão” *Black Youtube*, uma parceria do YouTube com o site Mundo Negro (jornalismo especializado na pauta das relações étnico raciais). Deste curso, participaram Nátaly Neri, Gabi Oliveira e PH Côrtes, os três assessorados pela Côrtes Assessoria e Agenciamento.

coincidentalmente, no mesmo momento em que o movimento BLM tem repercussão transnacional (falando do projeto “Fundo Vozes Negras”). Em síntese, é uma iniciativa (privada) com pautas de cunho antirracistas, todavia não quer dizer que não seja uma forma de marketing e que compõem o fortalecimento da marca YouTube. Ademais, são lançados editais, processos seletivos, de forma que, as pessoas que são selecionadas estão – de certa maneira – dentro da lógica desenhada pela empresa. Isto é, a forma de abordar o conteúdo racial deve estar dentro dos princípios, valores, visão e missão empresarial, além de ser ‘palatável’ para consumo (novamente articulação entre *representação, identidade, regulação, consumo e produção*).

Outro fato deve ser somado é que a mesma empresa que criou o “Fundo Vozes Negras” também ganhou um processo jurídico ‘contra’ youtubers negros. O fato aconteceu em julho de 2021, trata-se de um processo no qual youtubers negros estadunidenses alegavam que a “plataforma de streaming de vídeo do Google os discriminava com base em sua raça e nos pontos de vista ideológicos, infringindo assim sua liberdade de expressão garantida pela constituição dos Estados Unidos.” (SICILIANO, 2021, texto digital). O professor Michael Siciliano (2021) continua afirmando que: “[...] essa perda particularmente frustrante após os cálculos públicos do ano passado [2020] sobre o racismo e o contexto de pandemia que fez disparar o consumo da mídia, tornando o trabalho de todos os produtores de conteúdo muito mais crucial para a sociedade.” (SICILIANO, 2021, texto digital). No texto, o autor aborda a questão pelo viés da discriminação salarial e argumenta que os produtores de conteúdo são trabalhadores, assim:

[...] a alegada discriminação dos creators negros pela plataforma é uma questão de discriminação no trabalho, sujeita às leis trabalhistas existentes que ostensivamente protegem os funcionários das discriminações com base em raça e gênero. O YouTube não deve voz a ninguém, mas deve aos creators que são pessoas não brancas um pagamento transparente, bem como acesso irrestrito ao seu local de trabalho (ou seja, YouTube). Lutar por esses direitos como trabalhadores e pressionar por uma classificação adequada como empregados pode abrir ainda mais as codificações preconceituosas do Google para escrutínio, ajudando a resolver problemas de trabalho nas mídias sociais. (SICILIANO, 2021, texto digital).

Apesar dessa tese não se aprofundar nas discussões da Sociologia do Trabalho ou da Sociologia das Ocupações, o fato dos criadores de conteúdo digital no YouTube serem diretamente monetizados e se profissionalizarem não há como deixar que essas questões escapem à análise, sobretudo porque nessa monetização as pessoas racializadas como negras

– seja nos Estados Unidos ou no Brasil (STABILE, 2017) – alegam discriminação (valor inferior e codificação preconceituosa, racismo algorítmico<sup>59</sup>).

Por fim, outro *onde, como e porquê* da seleção de (dois) canais se deu porque foram vencedores do prêmio “Antonieta de Barros – Jovens Comunicadores Negros e Negras”, promovido pela Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial do Ministério da Justiça e Cidadania (SEPPIR/MJC), em 2016. Segundo o portal do Ministério da Justiça e Segurança Pública, o prêmio, “[...] visa articular e fortalecer o movimento jovem negro envolvido com a promoção da igualdade racial e o enfrentamento ao racismo.” (MJC ..., 2016). Foram selecionadas cinquenta ações de comunicação e cada um do(a)s selecionado(a)s receberam R\$ 20 mil reais. Entre os nomes estão Murilo Araújo (canal “Muro Pequeno”) e Gabriela Oliveira (“Gabi Oliveira/ De pretas”).

Uma vez apresentados *onde, como e os porquês* de ter selecionados alguns canais em detrimento de outros apresento-os. Primeiro faço uma apresentação sintética e compilada em formato de quadros. Sendo o Quadro 4 o que apresenta os canais que foram selecionados, ao passo que o Quadro 5 descreve os critérios e inclusão e exclusão. Na sequência, subseções 3.2.1 a 3.2.7, faço uma descrição analítica, na qual também acrescento mais informações qualitativas sobre os critérios de inclusão dos canais selecionados para análise.

---

<sup>59</sup> Para mais informações ler os textos “Teoria Racial Crítica e Comunicação Digital” ou “Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código”, escritos por Tarcízio Silva.

Quadro 4 – Canais selecionados e descrição dos critérios de inclusão

| Características |                          |                 |   | Crítérios de inclusão  |
|-----------------|--------------------------|-----------------|---|--|
| Nome            | Data de criação do canal | Nº de inscritos | Vídeo mais popular  | Argumentação   |
| “Nátaly Neri”   | 22/07/2015               | 768 mil         | Tutorial Dreads de Lã   Parte 1 (como fazer passo a passo)  | Tempo de contato com o canal, abordagem dos conteúdos sobre relações raciais e sexualidade (namora com um homem trans, o influenciador digital Jonas Maria). Por ter participado de diversos projetos do YouTube, ser citadas em matérias jornalísticas (ou mesmo entrevistada), participação em TEDx. Ser um dos canais de mulheres negras com mais de 500 mil inscritos.   |
| “Gabi Oliveira” | 19/07/2015               | 654 mil         | Cabelo 4c igual bombril e responsabilidade   Papo de Pretas | Tempo de contato com o canal, abordagem dos conteúdos sobre relações raciais e indicações de músicas, filmes, livros e séries majoritariamente com artistas negro(a/e)s. A youtuber também foi vencedora do prêmio “Antonieta de Barros – Jovens Comunicadores Negros e Negras”, citada em diversas matérias jornalísticas, participou de diversos projetos do YouTube e tem um canal com mais de 500 mil inscritos.   |
| “Muro Pequeno”  | 13/10/2015               | 139 mil         | O Que a Bíblia (não) Diz Sobre Homossexualidade             | Tempo de contato com o canal, a forma que aborda as questões raciais e de sexualidade. Vencedor do prêmio “Antonieta de Barros – Jovens Comunicadores Negros e Negras”, citado em diversas matérias jornalísticas, participou de diversos projetos do YouTube. Seu canal não possui grande expressão (métrica de audiência) dentro da plataforma, mas tem repercussões fora, como o convite para fazer um discurso na Onu, em 2017.  |
| “10Ocupados”    | 27/06/2013               | 4.47 milhões    | O Aniversariante  | O canal não estava entre os canais que acompanhava ou entre os pré-selecionados para análise, assim, o critério de inclusão foi ser o canal com maior audiência dentre os selecionados pelo projeto “Fundo Vozes Negras”, mas também ser produzido por homens negros e baianos (trazendo diversidade geográfica para <i>corpus</i> de pesquisa), trabalharem com humor que apresenta o universo lúdico de ser criança negra nas periferias de Salvador. Trouxe desafios de ler mais sobre humor e política e masculinidades. |

|                    |            |              |   |  |
|--------------------|------------|--------------|---|--|
| “Canal do Pericão” | 19/03/2018 | 2,17 milhões | LIVE Péricles<br>#PagodedoPericao<br>  #FiqueEmCasa e<br>cante #Comigo    | Não acompanhava sistematicamente o canal, embora conheça e goste do cantor. Um dos critérios de inclusão foi ser o segundo canal com maior audiência entre os selecionados pelo projeto do YouTube “Fundo Vozes Negras”. Outros critérios foram pensar um cantor negro que empreende a si mesmo nas plataformas digitais, o que discuto à luz de Nancy Baym (2018) e a música negra no transnacionalismo negro (DU BOIS, 1999; GILROY, 2017).  |
| “Etnia Brasileira” | 24/07/2007 | 233 mil      | João de Deus<br>Desmascarado -<br>cirurgia espiritual<br>e engano a fieis | Tempo de contato com o canal, embora não acompanhasse sistematicamente como fiz com “Nátaly Neri”, “Gabi Oliveira” e “Muro Pequeno”, devido aos incômodos que os discursos geravam. A inclusão do mesmo se faz necessária porque além de ser um canal expressivo (quantidade de inscritos), a youtuber performa em uma estética do ‘treta news dos pretos’, ‘lacradora’ e com léxicos construídos na plataforma da sociedade, as lógicas se assemelham às discutida no livro “Batalhas Morais” (MISKOLCI, 2021). Ademais, tal como Péricles e 10Ocupados Livia Zaruty não fala orientada pela sua formação acadêmica (como os três primeiros youtubers), mas pela experiência e vivência de uma mulher negra que: já foi modelo de importante agência brasileira (Elite), ter tido um programa de televisão “Um, Dois, ... Feijão com Arroz”, que passou (Discovery Home & Health – apresentado por Livia Zaruty e seu ex-companheiro o chefe “Manu” Cucchi), além disso, se apresenta como uma ex-integrante do movimento negro e é uma brasileira preta que mora na Itália. Há também uma aproximação do campo discursivo conservador. |
| “Fernando Holiday” | 06/10/2016 | 114 mil      | O Racismo de<br>Marcelo D2<br>Contra Hélio<br>Bolsonaro                   | Fernando Holiday é um ator social que se fez político junto ao Movimento Brasil Livre (MBL - foi coordenador nacional e anunciou a saída em 28 de janeiro de 2021). O bacharel em direito (Instituto de Direito Público de São Paulo) e estudante de História (Universidade Presbiteriana Mackenzie) fora eleito vereador na cidade de São Paulo em 2016 (48 mil votos) e, em 2020, (67 mil votos) fez sua plataforma política dentro da estética da “Direita transante” (SANTOS; CHAGAS, 2018). É um político negro que propôs um Projeto de lei de Lei 19/2019 que pedia a revogação das leis que instituem a política de cotas para o ingresso de pessoas no serviço público municipal. Além do exposto um critério de inclusão foi indicação da banca de qualificação.   |

Fonte: Elaborado pela autora

Uma vez exposto alguns critérios de inclusão sobre os sete canais, acrescento que caso haja a pergunta sobre a quantidade de canais na plataforma YouTube que é produzido por brasileiro(a/e)s negro(a/e)s, a resposta é: não sei! Vale destacar que, essa informação é difícil de saber, pois a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709)<sup>60</sup> (BRASIL, 2018, texto digital) que “[...] dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais”, protege informações como: origem racial ou étnica; convicções religiosas ou filosóficas; opiniões políticas; filiação sindical; questões genéticas; biométricas e sobre a saúde ou a vida sexual de uma pessoa. Sendo um dos empecilhos para descobrir.

Além disso, acrescentaria à resposta que no YouTube existe uma classificação de padrões de envio, a saber: animais; automóveis; ciência e tecnologia; comédia; educação; entretenimento; esportes; filme e animação; instruções e estilo; jogos; música; nenhum; notícias e política; pessoas e blogs; sem fins lucrativos e ativismo e viagens e eventos. As categorias não trazem dados como idade, gênero e raça/etnia. Ressalto que as categorias disponibilizadas pela plataforma e escolhidas pelo(a/e)s usuário(a/e)s podem ser modificadas a qualquer momento.

Somaria à resposta que a plataforma *Channelcrawler*, criada pelo holandês Geoffrey Reemer, é uma ferramenta digital de rastreamento de canais do YouTube a partir de critérios como: idioma; país (quantifica os canais ativos); categorias (utiliza as mesmas que o YouTube); quantidade de inscrições (canal); visualizações (vídeos); quantidade de vídeos dos canais; tempo de postagem dos últimos vídeos e; palavras-chave. Assim, após preencher esse protocolo de busca a ferramenta apresenta todos os canais que correspondem aos critérios selecionados. Isto é, uma ferramenta de busca/rastreio que não possibilita encontrar o marcador social da diferença: raça (nem outros como gênero, sexualidade, etc.)

Arrematando, a legislação brasileira protege os dados sensíveis (como raça e etnia), a categorização da plataforma YouTube ou a ferramenta de rastreamento digital não fornecem especificações sobre pertencimento racial. Assim, caso o canal não possua no seu nome termos referentes a raça, como é o caso dos canais: “Nátaly Neri – *Afros e Afins*”; “Gabi Oliveira – *DePretas*”; “*Etnia Brasileira*” é quase impossível conseguir encontrar todos os canais produzidos por pessoas autodeclaradas ou heteroidentificadas

---

<sup>60</sup> Alterada pela 13.853 (BRASIL, 2019), mas o teor de dados sensíveis não foram alterados.

como negras (pretos e pardos) ou cujo conteúdo abordando faça referência as relações raciais.

Vale destacar que, a metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS) para mídias digitais possui procedimentos de coleta de dados qualitativos volumosos (CAQDAS) que permite, por exemplo, que através de *Channel Seeds* (canais sementes) criar uma *Channel Network* (Rede de Canais), com ferramentas como *YouTube Data Tools*<sup>61</sup>. E, ainda assim, há limites, pois se os canais sementes não estiverem em relação com outros canais semelhantes (inscritos uns nos outros) a ferramenta não consegue trazê-los para a *Channel Network*. Dessa forma, o mais próximo que se consegue chegar, com as ferramentas apresentadas, seria uma espécie de ‘bola de neve’ *digital (digital Snowball sampling)*.

Dito isso, justifico o *porquê* não conheço todo o universo de canais da plataforma YouTube produzido por brasileiro(a/e)s negro(a/e)s. Entre os canais que conhecia (que foram apresentados por alguém) ou que passei a conhecer (por matérias de jornais e/ou premiações) passei a perambular (LEITÃO; GOMES, 2017), fazer observações flutuantes – embora sistematizadas, mas por serem muitos precisei selecionar os que entrariam na análise. No Quadro abaixo descrevo os critérios de inclusão e exclusão dos mesmos.

**Quadro 5 - Critérios de inclusão e exclusão de Canais**

| <b>CRITÉRIOS DE INCLUSÃO</b>  | <b>CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO</b>  |
|---|---|
| Ter sido apresentado por aluno(a/e)s.   | Desconhecimento do canal.   |
| Predominância de conteúdos com tema das relações étnico raciais   | Predominância de outros assuntos como: moda, cabelo, maquiagem ou dança (“Ramana Borba”, “Nath Finanças” <sup>62</sup> ). “Canal do Pericão” e “10Ocupados” seriam excluídos, todavia entraram para a análise por outro critério. |
| Reconhecimento midiático: participação, entrevista ou ser mencionado(a) em veículos midiáticos tradicionais de grande circulação. | Baixo reconhecimento midiático: participação, entrevista ou ser mencionado(a) em veículos midiáticos tradicionais de grande circulação.   |

<sup>61</sup> *YouTube Data Tools* é uma plataforma que disponibiliza uma lista de *softwares*. Criada e mantida por Bernhard Rieder (professor associado da New Media and Digital Culture) e vinculado como pesquisador no Digital Methods Initiative da Universidade de Amsterdã. *YouTube Data Tools* permite a extração de dados de diversas seções do YouTube, bem como exportação em diversos formatos (para análise em outros softwares, como Gephi).

<sup>62</sup> Embora as youtubers Ramana Borba (1.6 milhões de inscritos, Channel Type Música) e Nath Finanças (206 mil inscritos – Channel Type Educação) tenham mais de 130 mil inscritos; participaram de projetos e ganharam prêmios do YouTube; tenham reconhecimento midiático apresentem diversidade de temas; não há uma predominância de assuntos relacionados às relações étnico-raciais. Vale ressaltar que o “Canal do Pericão” e os “10Ocupados” também não, mas foram incluídos por terem audiência acima de um milhão de inscritos.

|   |  |
|---|--|
| Diversidade de conteúdo produzido com grande audiência: “10Ocupados” (4,47 milhões de inscritos) e “Canal do Pericão (2,17 milhões)” – os únicos com mais de um milhão de inscritos   | Foram excluídos os canais “UmBipolar” (2.12 milhões) e “UTK?!” (1.02 milhões), por repetirem o tema da comédia entre os selecionados para da primeira turma do “Fundo Vozes Negras”.   |
| Mais de 130 mil inscritos no canal  | No texto do exame de qualificação os canais “Ana Paula Xongani (95,5 mil inscritos)” e “AD Junior (82.5 mil inscritos)” estavam entre os selecionados para análise, todavia foram excluídos pelo critério de 130 mil inscrições. Embora produzam conteúdo que tenham predominância das relações étnico raciais, tenham sido apresentados por aluno(a/e)s, e Ana Paula Xongani também foi embaixadora do <i>YouTube Creators For Change</i> , em 2020, com tema Educação para meninas e produziu o minidocumentário “Por que preciso voltar à escola”, publicado em seu canal no dia 17 mar. 2020. Foram excluídos da análise |
| Vencedores ou convidados para projetos da Plataforma YouTube (“ <i>YouTube Black Creators</i> ”; “ <i>YouTubeBlack Brasil</i> ”; “ <i>YouTube Creators for Change</i> ”, “Fundo Vozes Negras”. Apenas duas pessoas que não entraram por esse critério foram incluídas, a saber: Lívia Zaruty canal “Etnia Brasileira”, embora tenha concorrido ao “ <i>YouTube Creators for Change</i> ”. A youtuber é selecionada para análise por outro critério. Fernando Holiday não se candidatou e nem foi convidado para nenhum dos projetos da plataforma, entretanto entra para análise devido a outro critério. | Exclui da análise, por exemplo, o publicitário e youtuber Spartakus Santiago (canal Spartakus, 234 mil inscritos), por que tal como Murilo (canal “Muro Pequeno”) é um comunicador (habilitado em uma modalidade da Comunicação Social), homossexual, mas não teve premiações da plataforma, salvo o projeto “Fundo Vozes Negras”.   |
| Político profissional – “Fernando Holiday”, além desse critério foi indicado pela banca de qualificação que o incluiu.  | –  |
| Nacionalidade brasileira  | Nacionalidade estrangeira  |

Fonte: Elaborado pela autora

Descrições feitas passo a passo para singularidade de cada canal selecionado.

### 3.2.1 Canal “Nátaly Neri -Afros e Afins”

Nátaly Neri foi a primeira youtuber negra com quem tive contato. É formada em Ciências Sociais, tem 27 anos. Os temas abordados no canal são questões raciais, moda consciente, estética negra e pautas ligadas ao veganismo (alimentos, produtos de modo geral, dicas, etc.). Participou como convidada da primeira edição do “*YouTube Creators for Change*”, em 2016, e, em 2018, foi embaixadora do projeto (sendo ela e Murilo Araújo os representantes brasileiros, entre 50 outros youtubers do mundo todo). Nesse projeto produziu o documentário “Negritudes Brasileiras” (58 min.). Outros projetos que

Nátaly participou em: “YouTubeNegro (2016)” e “*YouTUBEBlack* Brasil” (edições 2017, 2018, 2019 e 2020), “‘Intensivão’ *Black Youtube*”, “YouTube Edu” e “Fundo Vozes Negras”. Além de ter feito duas falas no TEDx<sup>63</sup>, a saber: “A mulata que nunca chegou | Nátaly Neri | TEDxSaoPauloSalon”, publicado no canal TEDx Talk em 31 jan. 2017 e “Afrofuturismo: A Necessidade de Novas Utopias | Nátaly Neri | TEDxPetrópolis”, publicado no canal TEDx Talk em 12 jan. 2018.

O canal que até 2019 tinha o nome “Afros e Afins, por Nátaly Neri” e, hoje, apenas “Nátaly Neri”, possui 320 vídeos, 35.3 milhões de visualizações, 761 mil inscritos, teve início em 22 de julho de 2015. O Id é UCjivwB8MrrGCMIIuoSdkrQg. Na plataforma *Social Blade*<sup>64</sup> sua *Total Grade*<sup>65</sup> é B - e *Channel Type* é *People*<sup>66</sup>.

Entre os cinco vídeos mais populares do canal (métrica gerada pelo YouTube, a partir da quantidade de visualizações) estão “Tutorial Dreads de Lã | Parte 1 (como fazer passo a passo)”, publicado em 26 jan. 2016, com 2,1 milhões de visualizações; “Como Fazer suas Próprias Tranças/Box Braids - Técnicas p/ cabelo curto e jumbo colorido”, publicado em 6 set. 2017, com 1,2 milhões de visualizações; “Como Costurar à Mão - 3 técnicas”, publicado em 6 abr. 2016, “Apropriação Cultural existe? Pode branca de turbante?”, publicado em 15 fev. 2017, com 1 milhão de visualizações e em quinto lugar

---

<sup>63</sup> Tecnologia, Entretenimento e Design (TED), segundo José Eduardo F. Novo Junior (2012, p. 1), o TEDx é um evento estilo TED, sendo que essa sigla referente a “[...] uma entidade sem fins lucrativos americana, atualmente referência internacional de organização de palestras curtas e instigantes, com grandes nomes de diversas áreas do conhecimento. O lema do TED e do TEDx é ‘ideas worth spreading’, (‘ideias que merecem ser divulgadas’). Indivíduos interessados em organizar eventos TEDx, podem pedir ao TED permissão para serem organizadores TEDx. Se aprovados, estes são licenciados pelo TED para organizar um evento específico TEDx. Cada licença é emitida para apenas um evento TEDx e tem validade de um ano. Atualmente existem cerca de 80 TEDx acontecendo a cada dia, em todas as partes do mundo.”

<sup>64</sup> Plataforma com lista de softwares criada pelo estadunidense Jason Urgo, em 2008, além de outras funções a plataforma produz dados quantitativos sobre o YouTube (e desde 2012 de outras mídias). Embora tenha como objetivo demonstrar as estimativas de ganhos (monetização para youtubers) e crescimento de audiência, para essa pesquisa utilizo para complementar informações sobre os canais selecionados. A plataforma analisa canais que possuam periodicidade de *upload* de vídeos e é gratuita. Endereço: <https://socialblade.com>.

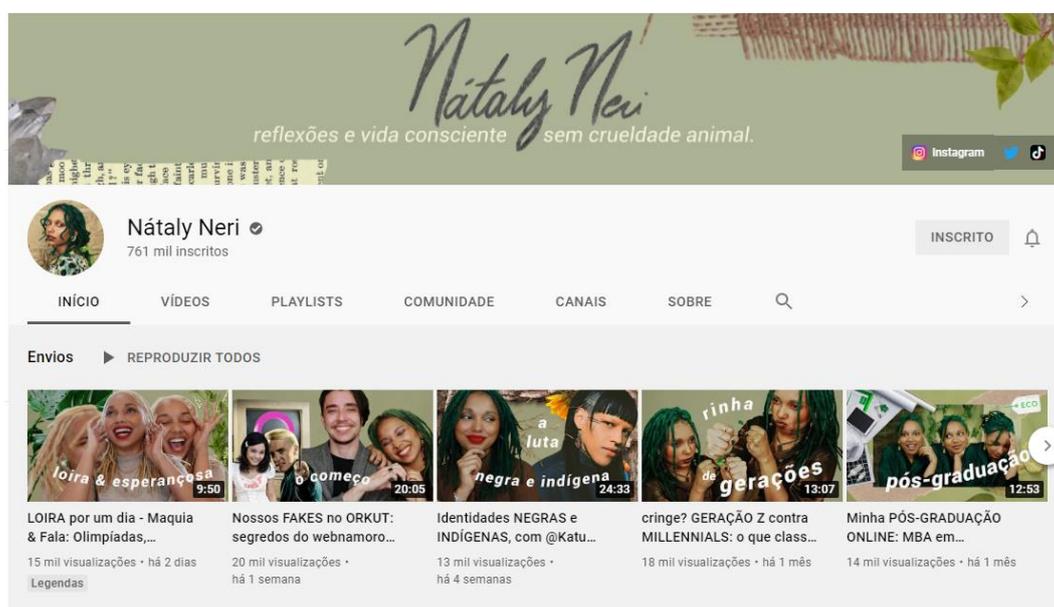
<sup>65</sup> O *Total Grade* é uma representação visual da plataforma *Social Blade Rank* (SB Rank). Trata-se de uma nota, uma métrica de propriedade criada pela plataforma e que pode variar entre A+; A; A-; B+; B; B-; C+; C; C-. Para gerar o *Total Grade* a plataforma *Social Blade* leva em consideração a quantidade de visualizações que um canal está recebendo no momento e outros dados que determinam a influência de um canal no momento (esses últimos não são claros, na descrição da plataforma).

<sup>66</sup> Trata-se de uma métrica da plataforma que classifica o tipo do canal a partir dos 10 vídeos públicos mais recentes dos criadores de conteúdo. A plataforma faz essa síntese a partir das categorias mais recorrentes. As categorias do *Channel Type* podem ser: *Autos & Vehicles*; *Comedy*; *Education*; *Entertainment*; *Film*; *Gaming*; *Science & Technology*; *Shows*; *How to & Style*; *Music*; *News & Politics*; *Nonprofit & Activism*; *People & Blogs*; *Pets & Animals*; *Sport & Travel* (tradução livre: Automóveis & Veículos; Comédia; Educação; Entretenimento; Filme; Jogos; Ciência & Tecnologia; Shows; Estilo de vida; Música; Notícias & Política; Sem fins lucrativos & Ativismo; Pessoas & Blogs; Animais de estimação & Animais; Esportes e Viagens).

o vídeo: “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra”, publicado em 1 fev. 2016, com 752 mil visualizações.

Nátaly pode ser considerada uma *digital influencer* (influenciadora digital), pois tanto sua presença em outras plataformas (Facebook, Instagram, TikTok, sendo essas duas últimas com maior produção e postagem nos últimos dois anos), periodicidade de publicações, público/audiência (pessoas que seguem, se inscrevem, curtem, compartilham, etc.).

**Figura 4 – Página inicial do canal “Nátaly Neri – Afros e Afins”**



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

Outro ponto é que devido sua formação em Ciências Sociais há uma abordagem que é um pouco mais crítica sobre a ‘questão racial’ (cita autores e autoras que informam seu argumento), como também de outros temas como ‘veganismo’, ‘sexualidade’, ‘acesso à educação’, ‘consumo com menor impacto socioambiental’, ‘moda de brechó’, etc. Faz-se importante salientar que há mais criticidade, todavia segue-se o léxico e a estética da esfera pública técnico-mediatizada. Em 2020, foi uma das apresentadoras da versão digital da Parada do Orgulho LGBTI.

### 3.2.2 Canal “Gabi Oliveira - De pretas”

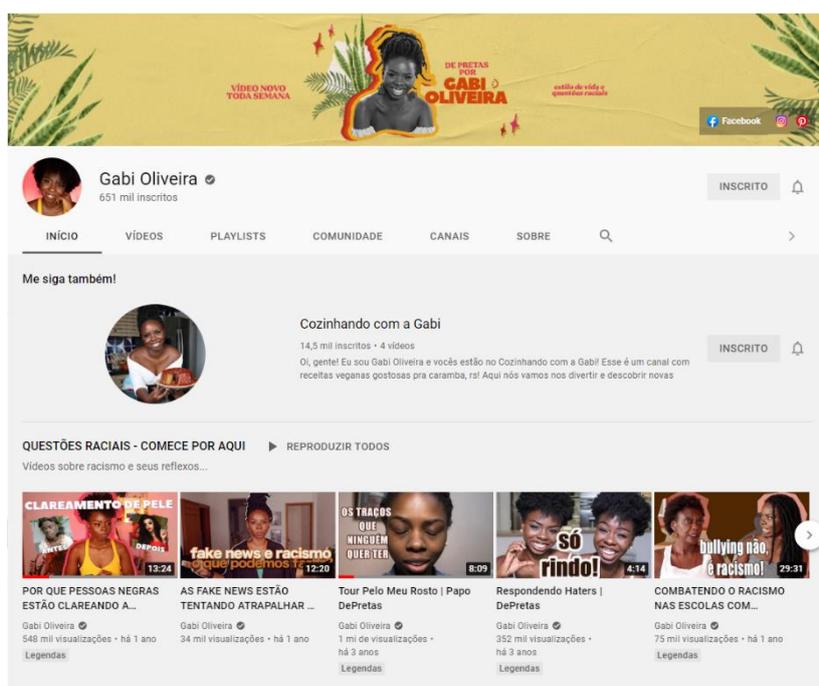
Gabriela Oliveira, comunicadora formada em Relações Públicas pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro, começou o canal como trabalho de conclusão de curso, em agosto de 2015. O ‘encontro’ com a Gabi (também) foi por meio de uma aluna, em um vídeo tratava do tema a “Solidão da mulher negra | Papo DePretas”, publicado no dia 21 jan. 2016, com 167 mil visualizações, no qual citou a dissertação de mestrado em Ciências Sociais: “A solidão da mulher negra: sua subjetividade e seu preterimento pelo homem negro na cidade de São Paulo”, de Claudete Alves da Silva Souza.

O canal tinha como nome “De Pretas por Gabi Oliveira” o que ainda está no *banner* da página inicial, mas já algum tempo o nome do canal é apenas “Gabi Oliveira”. A assessoria da influencer é feita pela empresária negra Egnalda Côrtes que também gerencia outros canais (NASCIMENTO, 2017b; TESTONI, 2020). Gabi participou do “*YouTube Creators For Change*”, edição de 2018, na ocasião viajou para Londres e participou de diversos cursos, palestras e *workshops*. Fez uma fala no TEDx Unirio, com *talk* “Um novo olhar sobre a pessoa negra; novas narrativas importam | Gabi Oliveira | TEDxUNIRIO”, publicado no canal TEDx Talk no dia 13 set. 2018, com 264 mil visualizações. Fez cursos “‘Intensivão’ *YouTube Black*’, em 2016, participou das edições do “YouTubeNegro” (2016) e “*YouTubeBlack Brasil*” (2017 e 2018). Deu palestra no evento Google Brandcast (2018), onde dividiu a fala com Murilo Araújo, canal “Muro Pequeno” e falaram sobre racismo e homofobia (BRANDCAST..., 2018). Gabi Oliveira foi também uma das 50 vencedoras do prêmio “Antonieta de Barros – Jovens Comunicadores Negros e Negras”, em 2016. Em 2018, ganhou o “Prêmio Influenciadores Digitais”, na categoria Comportamento e Estilo de Vida (NASCIMENTO, 2017a). Uma outra questão da carreira da youtuber é que, em 2020, anunciou estar trabalhando com um dos maiores influenciadores digitais do país, Felipe Neto (Maquia e fala: Vou trabalhar para o Felipe Neto? | DePretas - Gabi Oliveira”, publicado no dia 13 ago. 2021)

Em seus 288 vídeos, as 653 mil pessoas inscritas, desde a criação em 19 de julho de 2015, há uma produção de conteúdo que, no começo, falava bastante sobre cabelo e maquiagem, como também sobre questões que atravessam a vida de mulheres negras. Mas, houve uma diversificação como: intercâmbio, morar sozinha, indicações de produtos culturais com pessoas negras e não-negras (livros, filmes, séries), alimentação (assunto mais recente, inclusive há alguns meses criou um canal para falar apenas sobre

receitas vegetarianas “Cozinhando com a Gabi”<sup>67</sup>). Outro assunto comum, desde 2019, é sobre adoção (devido ao fato de iniciado o processo. Em 2021, está em processo de aproximação com seus filhos). O canal possui 24,6 milhões de visualizações, o Id é: CF108KZPnFVxP8lILiJ1kng, *Total Grade B* – e *Channel Type: People*.

Figura 5 – Página inicial do canal “Gabi Oliveira”



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

Os cinco vídeos mais populares são: “Cabelo 4c igual bombril e responsabilidade [sic] | Papo de Pretas”, publicado em 23 dez. 2018, com 1,7 milhões de visualizações; “Negro ou preto? | DePretas”, publicado em 4 jun. 2017, com 1,2 milhões de visualizações; “Resenha Base Fluida Vult | DePretas”, publicado em 22 set. 2017, com 1,1 milhões de visualizações; “Tour Pelo Meu Rosto | Papo DePretas”, publicado em 12 jan. 2018, com 1 milhão de visualizações; “Vamos Falar Sobre Livia Zaruty | depretas”, publicado em 20 jan. 2020, com 948 milhares de visualizações.

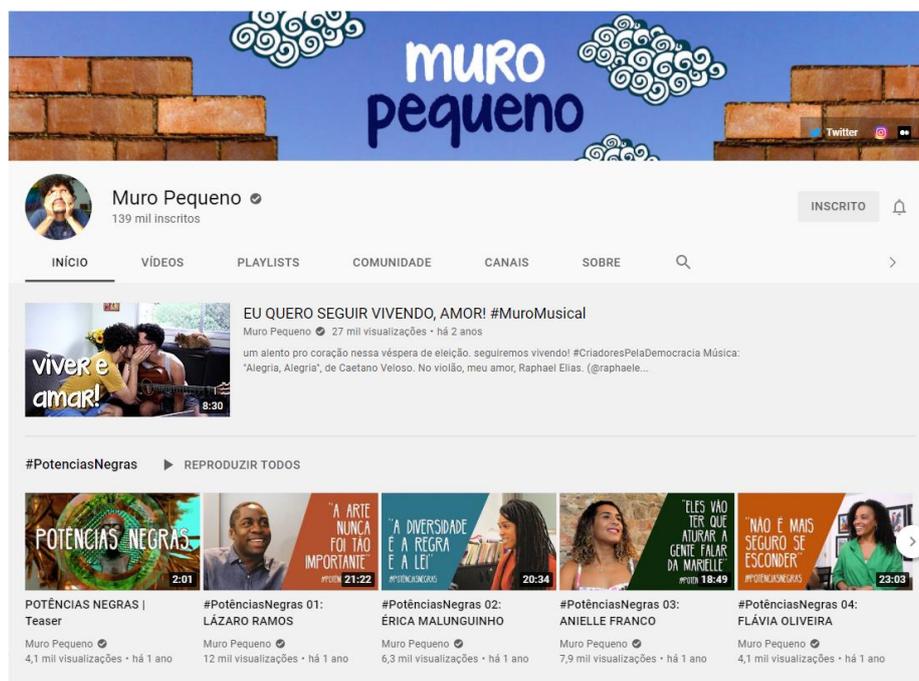
### 3.2.3 Canal “Muro Pequeno”

<sup>67</sup> Criado em 8I de julho de 2021, possui 6 vídeos, 17,5 mil inscritos, 78,7 mil visualizações, Id: UChTC0O6Tyao84UIf9ROpGMg. Não possui vídeos e tempo suficiente para ter uma categoria em *Channel Type* ou *Total Grade* (métricas da plataforma *Social Blade*).

Murilo Silva de Araújo, 'bicha', preta, nordestina (baiano), vivendo no Sudeste, é uma das formas que Murilo Araújo do canal “Muro Pequeno” se apresenta. Em outra plataforma (LinkedIn) fala sobre como que a sua produção no YouTube é voltada para construção de discussões abertas e didáticas. Já em seu Lattes coloca, na descrição do autor, que “O canal, apesar de não ter linguagem profundamente acadêmica, tem sido uma plataforma potente para a divulgação de discussões teóricas inter/trans/indisciplinares feitas na academia, especialmente em conexão com as Ciências Sociais, os Estudos de Gênero, os Estudos de Raça, a Teologia Queer e a Linguística Aplicada.”. É formado em Comunicação Social/Jornalismo, mestre em Estudos Linguísticos ambos pela Universidade Federal de Viçosa, cursou doutorado em Linguística Aplicada na UFRJ até 2019, quando trancou o curso.

O canal “Muro Pequeno” idealizado e apresentado por Murilo Araújo fora criado em 13 de outubro de 2015, possui 139 mil inscritos, 179 vídeos publicados, 4,1 milhões de visualizações, Id: UCjivwB8MrrGCMIIuoSdkrQg e sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é C+ e *Channel Type* é *People*. Os cinco vídeos mais populares são: “O Que a Bíblia (não) Diz Sobre Homossexualidade”, publicado em 16 out. 2016, com 920 mil visualizações; “Sobre ser Gay e Cego (no mundo dos padrões de beleza)”, publicado em 4 ago. 2017, com 353 mil visualizações; “Saúde Mental Na Universidade #NãoÉNormal”, publicado em 30 maio 2017, com 206 mil visualizações; “Branco Demais pra ser Preto, Preto Demais pra ser Branco”, publicado em 21 jan. 2016, com 197 mil visualizações; “5 Mitos sobre a Ideologia de Gênero”, publicado em 28 out. 2015, com 191 mil visualizações.

**Figura 6 – Página inicial do canal “Muro Pequeno”**



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

Os temas abordados no canal são sexualidade e gênero, afetividade LGBT e religião, relações raciais e temas de cultura ilustrada (música, cinema, etc.). Uma aluna me apresentou o canal e, salvo engano, o primeiro vídeo que assisti foi justamente um dos cinco mais populares: “5 Mitos Sobre a Ideologia de Gênero”. Durante o ‘processo de perambulação’ pelo canal acompanhei os momentos em que Murilo Araújo fora convidado para fazer um discurso na sede da Organizações das Nações Unidas (ONU), em Nova Iorque, em 26 de outubro de 2017, evento “*Ethics Of Reciprocity* - um diálogo de líderes religiosos LGBT”, onde falou sobre formas de enfrentar a violência de base religiosa, liberdade religiosa e direitos da população LGBT. Outros momentos que acompanhei foram: embaixador do projeto *YouTube Creators For Change* e sua participação em todas as edições do “YouTubeNegro” e “*YouTube Black Brasil*”. E tal como Gabi Oliveira, Murilo Araújo foi um dos vencedores do prêmio “Antonieta de Barros – Jovens Comunicadores Negros e Negras” e é um “#CôrtesCreator”, categoria êmica de criadores de conteúdo digital assessorados pela agência Cortes e Companhia, cujo *slogan* é “1ª Agência de Creators Negros da América Latina”, da empresária Egnalda Côrtes (no capítulo 4 volto ao assunto).

### 3.2.4 Canal “10Ocupados”

O canal “10Ocupados”, criado em 27 de junho de 2013, tem 4.4 milhões de inscrições, 622 milhões de visualizações, 593 vídeos publicados, Id: Os10ocupados/featured e sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é B+ e *Channel Type* é *Comedy*. Até o anúncio dos 35 canais selecionados para a primeira edição do projeto “Fundo Vozes Negras” não conhecia o canal “10Ocupados”, dessa forma, acrescentá-lo à análise se deu pelo fato de possuírem a maior audiência entre os participantes do “Fundo Vozes Negras”.

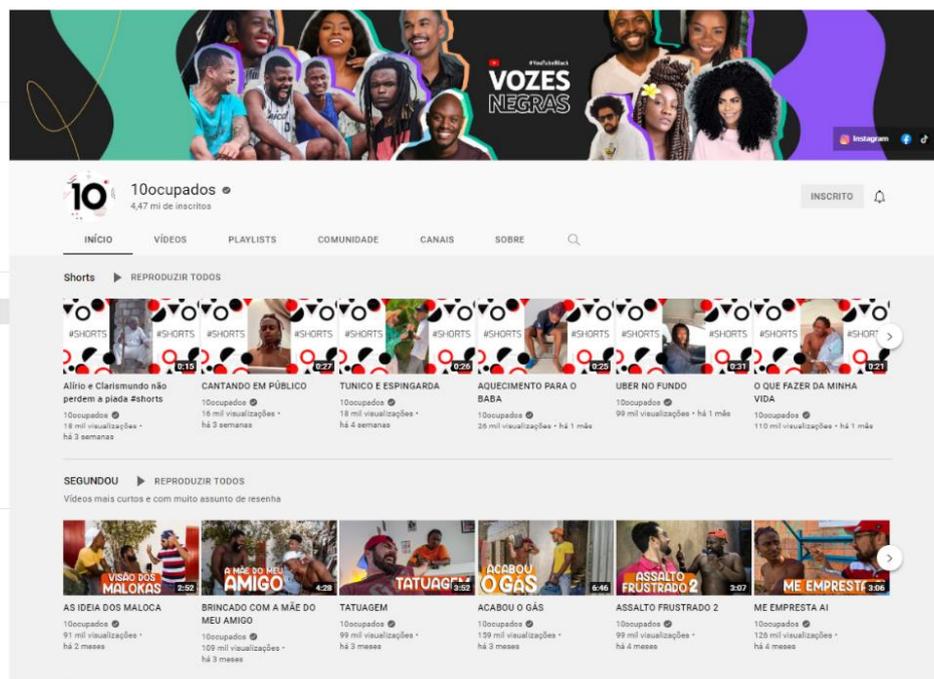
“10Ocupados” é um grupo de atores negros e baianos que iniciaram a produção de conteúdo depois de produzirem o “Harlem Shake do Itinga<sup>68</sup>”, em 2013. O nome do grupo veio da mãe de Júlio Cesar (responsável pela filmagem) que disse que eram um ‘bando de desocupados’ e na época (HISTÓRIA..., 2019). A temática central são ‘brincadeiras de rua’ e as possibilidades da infância vivenciada com marcadores sociais de classe, periferia (favelas soteropolitanas) e raça (como homens negros). O grupo formado pelos atores e humoristas Aldamen (Aldair Rosário), Dum Ice (Everton Santos), Eris Sena, Leozito Rocha (Leandro Rocha Leal), Marcos Froes, Lucas Daniel (Lukas Lelé, Sucrilho Boladão)<sup>69</sup>, Tiago César (que anunciou a saída em 9 de março de 2021, em sua página do Facebook). Além das telas do YouTube e Tik Tok o grupo também produz peças de teatro como “Os 10ocupados em tempos de Infância.”.

#### Figura 7 - Página inicial do canal “10Ocupados”

---

<sup>68</sup> O ‘Harlem Shake’ é um tipo de vídeo viral com intensa circulação em fevereiro de 2013. Geralmente, com 30 segundos (os maiores são montagens de vários ‘harlem shakes’), no qual uma ou poucas pessoas aparecem no vídeo (normalmente em plano geral) simulando um ato sexual, balançando os quadris para frente e para trás, coordenando os movimentos com os braços no sentido oposto ao do quadril. Aproximadamente após 15 segundos e intensificação da música há um corte no vídeo e a próxima cena muitas pessoas surgem e fazem coisas diversas: dançam (fantasiadas ou não), encaram a câmera, sobem em mesa, árvores, etc.

<sup>69</sup> O ator é também músico, foi baterista de diversas bandas baianas e, em julho de 2020, gravou álbum do personagem Sucrilho Boladão.



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

Os cinco vídeos mais populares do canal são: “O Aniversariante”, publicado em 14 fev. 2014, com 24,4 milhões de visualizações; “A novata da rua”, publicado em 18 maio 2018, com 14,9 milhões de visualizações; “O Pestinha do Bairro (Tempos de Infância) - Parte 1”, publicado em 9 dez. 2016, com 11,7 milhões de visualizações; “A Irmã do meu Amigo”, publicado em 6 abr. 2018, com 10,6 milhões de visualizações; “O Pestinha do Bairro (Tempos de Infância) - Parte 2”, publicado em 24 nov. 2018, com 9,7 milhões de visualizações.

Participaram do projeto *YouTube Creator Summit*<sup>70</sup>, em 2019, como também um dos integrantes Lukas Lelé, com personagem Sucrilho Boladão, participou de um Talk Show “Bolado”, no *YouTube Space Rio* (de Janeiro), em 2020. Por ser formado por diversos integrantes, vale ressaltar que cada um possui um canal, no qual desenvolvem projetos paralelos (sintetizados no Quadro6).

#### Quadro 6 - Canais individuais dos integrantes do 10Ocupados

Fonte: Elaborado pela autora

<sup>70</sup> Narrado no vídeo “Creator Summit 2019”, publicado dia 9 jan. 2020, com 102 mil visualizações, onde contam sobre o projeto que aconteceu em Los Angeles (EUA), com a presença de 50 youtubers da América Latina que, entre os dias 11 e 14 de novembro participaram de palestras e *workshops*.

O contato com o canal gerou incômodos, pois retratavam uma parte do universo masculino: a “Casa dos homens” (aprofundo no capítulo 4) o que me levou a reflexões e necessidades de leituras sobre outras temáticas que escapam a zona de conforto, como por exemplo, masculinidades e o humor como uma estética política. Ainda sobre o canal, vale destacar que, os “10Ocupados” tentam criar representações da infância para um grupo social que ‘ser criança’ é marcado por processos de racismos, preconceitos e discriminação. Outro fato curioso é o *slogan*: “Nosso estúdio é a RUA!”, onde, na maioria

| Integrante     | Nome do Canal    | Nº de inscritos | Nº - visualizações | Nº de Vídeos | Channel Type | Data de criação | ID                       |
|----------------|------------------|-----------------|--------------------|--------------|--------------|-----------------|--------------------------|
| Leozito Rocha  | Leozito Rocha    | 474 mil         | 30, 9 milhões      | 64           | People       | 03/03/15        | UCxWORC8IA0Dgn8UBSTK0Suw |
| Lucas Daniel   | Sucrilho Boladão | 168 mil         | 9,2 milhões        | 92           | People       | 13/03/19        | UCRANXd4mi4UX1yyK5pEIkWQ |
|                | Lukas Lelé       | 91,1 Mil        | 2,6 milhões        | 73           | People       | 15/03/15        | UC0DS2Q1YtfY_ihnaHlvrO1Q |
| Eris Sena      | Eris Sena        | 15, 7 mil       | 22 mil             | 5            | People       | 10/11/15        | UCElTmnl5ngFIYi5cYrKUtsG |
| Marcos Froes   | Marcos Froes     | 9,1 mil         | 107, 8 milhões     | 26           | Animals      | 17/10/14        | UCPClCxfUPz4iwZ-CXFQnTA  |
| Everton Santos | Dum Ice          | 2,8 mil         | 0                  | 0            | -            | 28/03/16        | UCkWO1gzbqr0jFp5yMHZJITg |
| Aldair Rosário | Aldair Rosário   | 2,9 mil         | 454,2 mil          | 5            | -            | 18/04/12        | UCwo4pShAQVuxj84CKsz96Eg |

das vezes gravam os vídeos.

Pesquisar é caminhar por ‘estrada-escrita’ cheia de encruzilhadas e surpresas, esse canal, como o próximo carregam em si essa peculiaridade.

### 3.2.5 “Canal do Pericão”

O cantor paulista Péricles Aparecido Fonseca de Faria, Péricles ou Pericão, 35 anos de carreira, sendo nove solo, ficou conhecido como vocalista do grupo de pagode Exaltasamba. Seu “Canal do Pericão”, fora criado em 19 de março de 2018, possui 191 vídeos, 2,17 milhões de inscritos, 592,1 milhões de visualizações, Id: UCOUqW2QqiOFK9fXA5cAOENA e sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é B+ e *Channel Type* é *Music*.

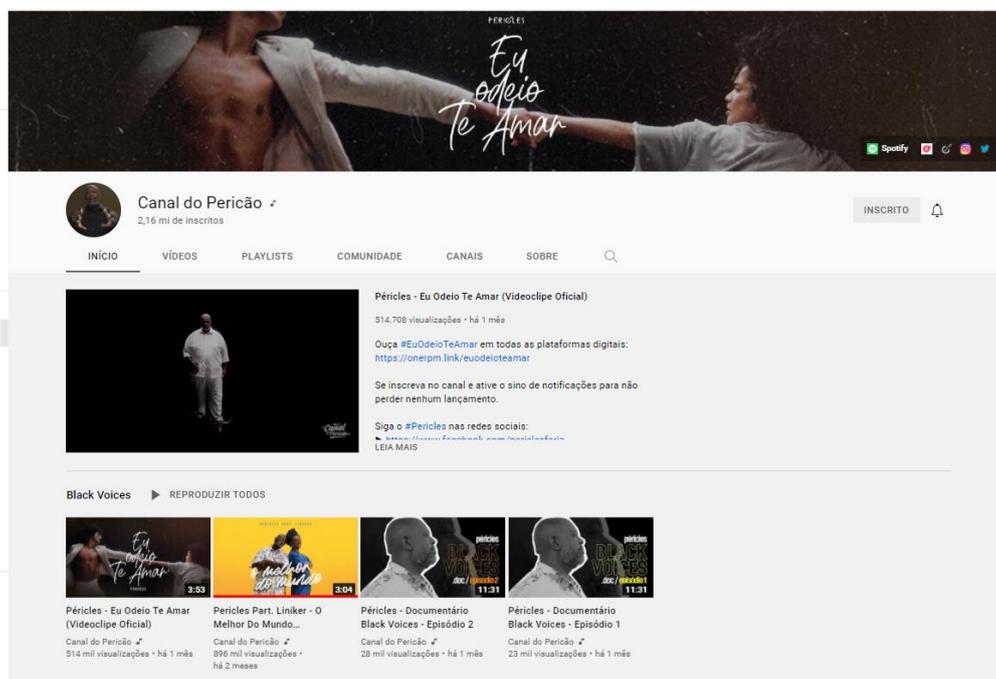
Os cinco vídeos mais populares do canal são: “LIVE Péricles #PagodedoPericao | #FiqueEmCasa e cante #Comigo”, transmitido ao vivo em 7 maio 2020<sup>71</sup>, com 3,2

<sup>71</sup> Transmitido ao vivo’ é um termo êmico da plataforma YouTube, utilizado para se referir a vídeos que são *Lives* (comunicações ao vivo – abordo mais sobre o fenômeno das *Lives* no capítulo 4). Já o termo

milhões de visualizações; “Live Péricles - Com Chrigor e Leandro Lehart (Minha História, Onde Tudo Começou)”, transmitido ao vivo em 17 abr. 2021, com 2,7 milhões de visualizações; “Live Péricles | Samba do Rei - #FiqueEmCasa e cante #Comigo no #SambaDoRei”, transmitido ao vivo em 4 jul. 2020, com 1,7 milhões de visualizações; “Live Som da Energia com Péricles | Neoenergia #SomDaEnergia”, transmitido ao vivo em 1 ago. 2020, com 977 mil visualizações e “Pericles Part. Liniker - O Melhor Do Mundo (Videoclipe Oficial)”, estreou em 17 jun. 2021.

O canal traz músicas tocadas e cantadas por Péricles e convidados, os vídeos têm cerca de 4 minutos de duração (tempo das canções). As poucas são as exceções que fogem desse tempo, via de regra são as *Lives* ou quadros como: ‘#Resenhas’ (no caso, recebem essa hashtag os vídeos que o artista convida outros cantores e grupos e fazem uma ‘resenha’, uma ‘festa’, uma roda de pagode), ‘Promoção casal maluco’ (Péricles e Priscila Nogueira – funkeira trans Pepita – comentam histórias de casais, em cinco episódios de 11 min. cada) e o videodocumentário ‘*Black Voice 1 e 2*’ (11 min. e 30 segs. cada). Esses últimos, foram publicados entre junho e julho de 2021 e fazem parte do projeto “Fundo Vozes Negras”. Neles Péricles fala sobre as vozes negras na música, sobre *Black Music* e a influência desses nomes na sua formação musical.

#### Figura 8 – Página inicial do “Canal do Pericão”



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

O “Canal do Pericão” não era acompanhando sistematicamente, todavia com a divulgação da lista dos selecionados do projeto “Fundo Vozes Negras” olhei para diversidade temática, então, decidi trazê-lo, por três motivos: sendo um orientado pela audiência (segunda maior audiência) e outro por ser um canal de música de um cantor negro na plataforma. O segundo motivo ainda se bifurca, pois, a música é uma expressão singular para a população negra, sobre esse tema Du Bois (1999, p. 298) afirma que as canções de pessoas negras, nos Estados Unidos, para além de uma música américa são “[...] uma expressão da experiência humana nascida deste lado dos mares”. Paul Gilroy (2017), por sua vez, aponta que:

A música se torna vital no momento em que a indeterminação/polifonia linguística e semântica surgem em meio a prolongada batalha entre senhores e escravos. Esse conflito decididamente moderno foi resultado de circunstâncias em que a língua perdeu parte de seu referencial e de sua relação privilegiada com os conceitos [...] *Examinar o lugar da música no mundo do Atlântico negro significa observar a autocompreensão articulada pelos músicos que a têm produzido, o uso simbólico que lhe é dado por outros artistas e escritores negros e as relações sociais que têm produzido e reproduzido a cultura expressiva única*, na qual a música constitui um elemento central e mesmo fundamental. (GILROY, 2017, p. 160 - 161, grifos meus).

Pensar a música negra em situação de diáspora africana é, nas palavras de Gilroy (2017), perceber a produção e reprodução da cultura, isto porque, a música é um elo *do* e *no* transnacionalismo negro. Pensá-la de modo não figurativo “[...] evoca aspectos de

subjetividade corporificada que não são redutíveis ao cognitivo e ao ético. Essas questões também são úteis na tentativa de situar com precisão os componentes estéticos distintos na cronificação negra.” (GILROY, 2012, p. 163). Em uma metalinguagem a música de Wilson Simonal – em parceria com Ronaldo Bosco – “Tributo a Martin Luther King” (1967) explica-nos que: “Cada negro que for/ Mais um negro virá/ Para lutar/ Com sangue ou não / *Com uma canção/ Também se luta, irmão/ Ouvir minha voz/ Oh Yes!;/ Lutar por nós...*” (WILSON....., 2008, 00:01:27 – 00:01:50, grifos meus).

A outra parte da bifurcação (do segundo ponto) é que o YouTube nasce para ser uma plataforma para postar e assistir vídeos, mas no *consumo* (processo do CC) os usuários ressignificaram, de modo que, vídeos com shows, videoclipes ou somente a foto (capa de álbum, do(a/e) artista) estática enquanto a música é tocada foram povoando o *streaming* de vídeo da Google. Vale destacar que, o YouTube lançou o produto *YouTube Music* (em 2015 no EUA e em 2018 no Brasil), como uma resposta a essa forma de utilização por parte dos consumidores, como também para seguir competitivo no nicho de *streaming* de músicas, posto que tem concorrentes como o Deezer (lançado em 2007) e Spotify (lançado em 2008).

O canal de Péricles traz um homem negro, ‘rei da voz’, instrumentista, compositor que além de disponibilizar gravações de suas músicas (imagem estática com música tocando, videoclipes, gravações de shows) também tem entrevistas (‘Resenhas’) e outros projetos audiovisuais do artista. Essas características do ‘rei da voz’, Péricles, são semelhantes ao que Nancy Baym (2018) está discutindo em sua obra já citada nesse capítulo. Ou seja, o repertório que os musicistas precisam desenvolver para se reinventar, autopromover, interagir com o público e gerenciar sua carreira na contemporaneidade. Para tudo isso deve se valer das redes sociais digitais. Esse reinventar, agregar outras expertises à gestão da carreira, é feito pelo cantor, por exemplo, quando no seu canal interage com o público em vídeos que são classificados pela *hashtag* “#PericãoResponde”, no qual responde a perguntas que seguidores fazem (não só no YouTube, mas em outras redes sociais digitais).

Faço um adendo sobre o vídeo “Qual o meu Meme Favorito? PericãoResponde#02”, publicado no dia 13 set. 2018, com 8,5 mil visualizações. Embora o título do vídeo diga que falará sobre o meme<sup>72</sup> favorito, o cantor responde a diversas outras perguntas. É

---

72 Meme é uma síntese, uma descrição humorística de um conceito ou acontecimento, tem como suporte uma imagem, vídeos curtíssimos ou GIFs (*Graphics Interchange Format*, imagem em movimento, brevíssima animação de segundos). Também “[...] podem ser definidos como produções culturais que se

preciso ressaltar que Péricles é alvo de memetização na internet e, segundo o cantor, isso é uma ‘diversão’ e ‘forma de se aproximar do público’ (ANDRADE, 2020). Sua interação com os memes é tamanha que fora convidado para ser jurado em um concurso de “melhores memes”, conforme divulgou em seu perfil na plataforma de rede social digital Twitter.

**Figura 9 – Tuíte @péricsesfaria: Fui convidado para um júri de melhores memes**



Fonte: Captura de tela do tuíte do perfil @péricsesfaria

Para não me delongar mais no “Canal do Pericão”, finalizo nesta linha a descrição do mesmo e passo para o próximo: “Etnia Brasileira”.

### 3.2.6 Canal “Etnia Brasileira” por Livia Zaruty

“Etnia Brasileira”<sup>73</sup> é um dos canais produzidos e apresentados por Livia Zaruty, fora criado em 24 de julho de 2007, possui 485 vídeos, 233 mil inscritos, 17, 5 milhões

difundem voluntariamente via e-mail, mensagens instantâneas, blogs ou redes sociais e ativam ‘piadas internas’ através da recriação de outras produções já existentes por intermédio da imitação cômica, satírica ou irônica de seus elementos (BAUCKHAGE, 2011 *apud* CARNIEL; RUGGI; RUGGI, 2018). O meme é uma produção cultural da era digital pensada e desenvolvida para ser divulgada e consumida de forma fácil e rápida na internet. Dissertações como “O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica” (Natalia Botelho Horta, UNB) e “Design em fluxo: processos e temporalidades dos memes de internet” (Paula Alexandre Schuabb)<sup>73</sup> são exemplos de discussões teóricas sobre o meme na Comunicação Social e no Design. Já nas Ciências Sociais o artigo “Repertórios discursivos e as disputas políticas contemporânea” (MENDONÇA; ABREU; SARMENTO, 2021), publicado na Revista Cebrap é um exemplo interessante.

<sup>73</sup> São dois canais com o mesmo nome, analisarei o canal que segue ativo, mas trago aqui informações sobre o outro “Etnia Brasileira”, criado em 17 de outubro de 2011, com 4 vídeos, 24 inscritos, 5,4 mil visualizações, ID UCbMHhIrs5Jx9lnBnimvHnsg, possuía um banner com a descrição: “Somos Únicos, Somos Todos Etnia Brasil <http://www.etniabrasileira.com.br/>”, todavia tanto o canal como o site não estão

de visualizações, Id: UCRqfUpoyxKIDFZH3-PmehFg e sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é B e *Channel Type* é *Entertainment*. Os cinco vídeos mais populares de seu canal são: “João de Deus Desmascarado - cirurgia espiritual e engano a fieis”, publicado em 9 dez. 2018, com 468 mil visualizações; “This Is America por uma mulher negra reagindo ao clip”, publicado em maio 2018, com 274 mil visualizações; “Spartakus Santiago e a vaquinha pra não ficar atrás dos brancos! Status do Mac 🖨️ (parte 1)”, publicado em 16 de maio de 2018, com 268 mil visualizações; “Pardo não e[sic] só Papel - Etnia Brasileira por Lívia Zaruty”, publicado em 2 mar. 2018, com 265 mil visualizações; “O Cruel Padrão de Beleza da Mulher Negra - Lívia Zaruty Colorismo”, publicado em 5 maio 2011, com 254 mil visualizações. A criadora de conteúdo também produz o canal “Cozinhar com Zaruty Network” (que já se chamou SambaCooking)<sup>74</sup> e “Wik Tv de Lívia Zaruty<sup>75</sup>”.

O primeiro contato com o canal foi em 2017, durante o momento em que escrevia o projeto de doutorado, a priori não escolhi analisá-lo creio que por um incômodo pessoal (devido a forma como a youtuber aborda os temas). Entretanto, as provocações vindas das diversas conversas com minha companheira, socióloga Milena de Lima, que há alguns anos pesquisa a partir da Sociologia Política contemporânea os movimentos e os atores sociais, fizeram com que olhasse para esse canal de forma diferente. A pesquisa atual de Milena é uma análise sobre a construção de um novo ator social – o “criador de conteúdo digital” – e as agências desse nos marcos políticos ‘Jornadas de Junho de 2013’, ‘eleições presidenciais de 2014’, ‘*impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff em 2016’ e ‘eleições presidenciais de 2018’. Milena apresentou-me dois textos, os quais se fizeram incômodos convenientes, a saber; a premiada<sup>76</sup> tese “‘Menos Marx, mais ‘Mises’: uma

---

mais ativos. Vale destacar que um dos 4 vídeos é “África-Brasil, Ancestralidade e Expressões Contemporâneas”, publicado no dia 21 de outubro de 2011 (299 visualizações, 10 min.), no qual entrevista Elisa Larkin Nascimento, viúva do intelectual negro Abdias do Nascimento que fala sobre a exposição: “África-Brasil”, no Centro cultural Justiça Federal. Nos demais: musical a Bela e a Fera, em italiano, participação da youtuber em um comercial da Petrobras e outro convidando as pessoas a votarem na segunda fase do concurso ‘Top Blog 2011’, no qual está concorrendo.

<sup>74</sup> Criado em 28 de novembro de 2013, possui 59 vídeos, 194 mil inscritos, 1,1 milhões de visualizações, Id: UCA3yPPPOuNKwH7koQ3VRWSw e sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é B - e *Channel Type* é *Entertainment*.

<sup>75</sup> Criado em 28 de novembro de 2013, possui 30 vídeos, 3,6 mil inscritos, 130 mil visualizações, Id: UCB8aeLYGbemUE8OyJQjwclg e sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é B - e *Channel Type* é *People*. Diferente dos demais este canal está localizado na Itália, local onde Lívia mora, e toda a produção é feita em italiano. Conforme a descrição do próprio canal, trata-se de um local para “mostrar o outro lado dos artistas, celebridades e programas de TV dos quais a cultura negra e mestiça fazem parte” e sendo ela, Lívia Zaruty, “a primeira colunista negra na Itália de reality shows”.

<sup>76</sup> Menção Honrosa Capes 2020, Camila Rocha de Oliveira foi aluna do programa de pós-graduação em Ciência Política da Universidade de São Paulo e orientada pelo professor Adrian Gurza Lavalle.

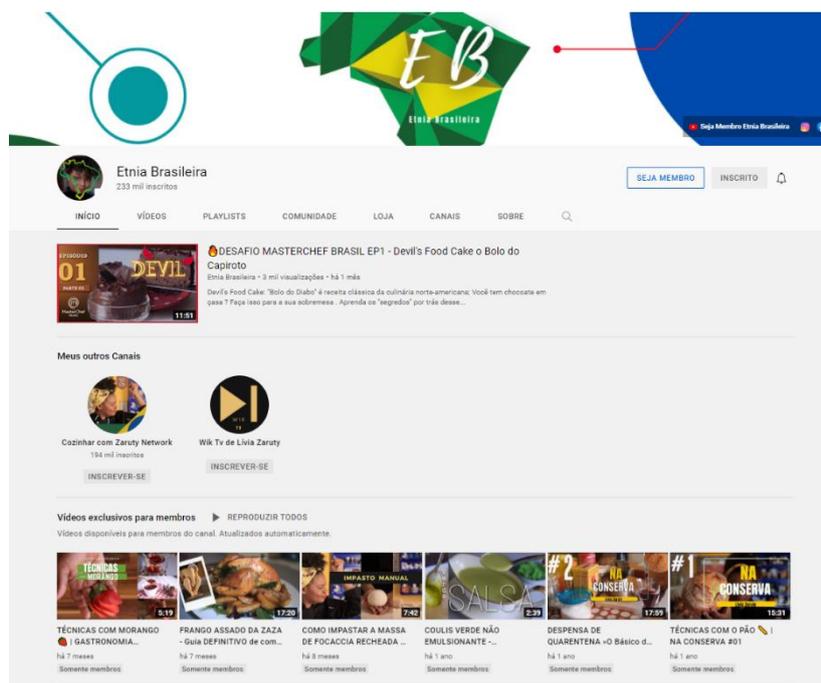
gênese da nova direita brasileira (2006-2018)”, de Camila Rocha de Oliveira e o texto “Os protestos e a crise brasileira. Um inventário inicial das direitas em movimento (2011-2016)”, da professora Luciana Tatagiba (2017). As conversas, as provocações e apresentações dos textos por Milena, somada a vitória de Jair Bolsonaro, nas eleições de 2018; pressionaram-me a ponto de trazer um canal cujo discurso se afasta do que pode ser lido como espectro político da esquerda (lugar cheio de tensões, mas mesmo assim menos desconfortável para discutir questões raciais). Vale acrescentar ainda que, segundo Tatabiba (2017), a ‘incomodidade’ é algo comum, uma tendência a olhar para os sujeitos e movimentos políticos de esquerda:

Os estudiosos de movimentos sociais temos nos dedicado a compreender os movimentos sociais de esquerda que são escolhidos, no geral, *a partir de nossa empatia com a causa que defendem*. Quando nos debruçamos na análise das direitas em movimento, tendemos a nos mostrar menos comprometidos a explicar e muito mais interessados em denunciar, ‘procurando financiamentos secretos de empresas e/ou partidos’, no geral negligenciando os fundamentos morais que os participantes apresentam para explicar suas ações [...]. Essa é uma postura que bloqueia o acesso ao nosso objeto em sua complexidade e deveria ser evitada. Como exorta Jasper (2016), precisamos aplicar nossas melhores ferramentas conceituais e a sofisticação dos nossos métodos para nos aproximarmos desse objeto fugidio. (TATAGIBA, 2017, p. 78, grifos meus).

No artigo, Tatagiba (2017, p. 74) busca tomar a crise das Ciências Sociais “[...] como uma oportunidade para uma solidária e efetiva autorreflexão” e, além do diagnóstico acima descrito, é propositivo na medida em que sugere metodologias e outras abordagens para temas que nos escapam. Esta tese não está localizada nos Estudos de Movimentos Sociais, todavia a leitura de Tatagiba (2017) e as conversas com Milena foram um ‘alerta’ e uma ‘sacudida’ que tirou da ‘zona de conforto’ de pesquisar youtubers que abordavam a questão racial de forma semelhante a que penso. Por isso, já na qualificação trouxe o canal “Etnia Brasileira” para a análise e foi nesse espaço que me fora indicado que ficasse atenta ao político Fernando Holiday (vereador em São Paulo, pelo Partido Novo 2020-2024), que ascendeu fazendo usos das plataformas digitais (abordo a referida indicação e outros *porquês* no próximo subtítulo).

Retomando a descrição do canal, aponto que o conteúdo produzido pela youtuber traz opiniões sobre acontecimentos políticos, sociais e do mundo das celebridades. De modo geral, são vídeos com Livia falando suas opiniões, mas também têm entrevistas como a de artistas globais Lazaro Ramos e Zezé Motta.

**Figura 10 – Página inicial do Canal “Etnia Brasileira”**



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

Dentre (outros) vídeos mais populares estão “Pardo não é só papel” (quarto mais popular – referenciado página acima), “Qual a diferença entre pardo e mestiço” (sexto mais popular, estreou no dia 22 mar. 2020, com 242 mil visualizações) e “Pardo não é negro - aceite a sua origem múltipla - Parte 1 por Livia Zaruty” (décimo mais popular, publicado no dia 23 dez. 2017, com 209 mil visualizações), nos quais discute ‘o que é’ e ‘o que não’ é ser uma pessoa parda ou preta no Brasil (e nos EUA). A discussão é abordada a partir de uma proposta de edição audiovisual na qual heteroidentifica preto, pardo pelas características físicas.

Em entrevista à jornalista e diretora de conteúdo do site Mundo Negro, Silvia Nascimento (2018, p. texto digital), Livia Zaruty fala que; “Pessoas pretas são minoria, a palavra negro desde 2010 virou uma construção [...]. É aquilo que combate meu canal até hoje, essas pessoas que fazem ser negro uma profissão mesmo que fisicamente eles não sejam negros então.”. No próximo capítulo aprofundo no assunto.

Outra temática comum em seu canal é sua opinião sobre a produção de outro(a/e)s youtubers negro(a/e)s, o que chama de “treta news dos negros”:

Eu passei a expor algumas brigas que aconteceram como pessoas brancas expõem brigas que acontecem entre eles né? Então treta news, canais de notícias, só que o problema é que o negro é tão invisível que ninguém está nem

aí para as questões que acontecem entre nós, as polêmicas. Então eu seria quase como a *treta news dos negros*. Além disso[*sic*] nós precisamos aprender a arte de conhecer o nosso ‘inimigo’, é o nosso ‘inimigo’, entre aspas porque eu não considero nosso inimigo, que são eles que nos fazem tornar conhecidos, são eles que dão força, então bem ou mal eu falar dessas polêmicas que acontecem entre o mundo negro virão também conteúdo. (ZARUTY *apud* NASCIMENTO, 2018, texto digital, grifos da autora).

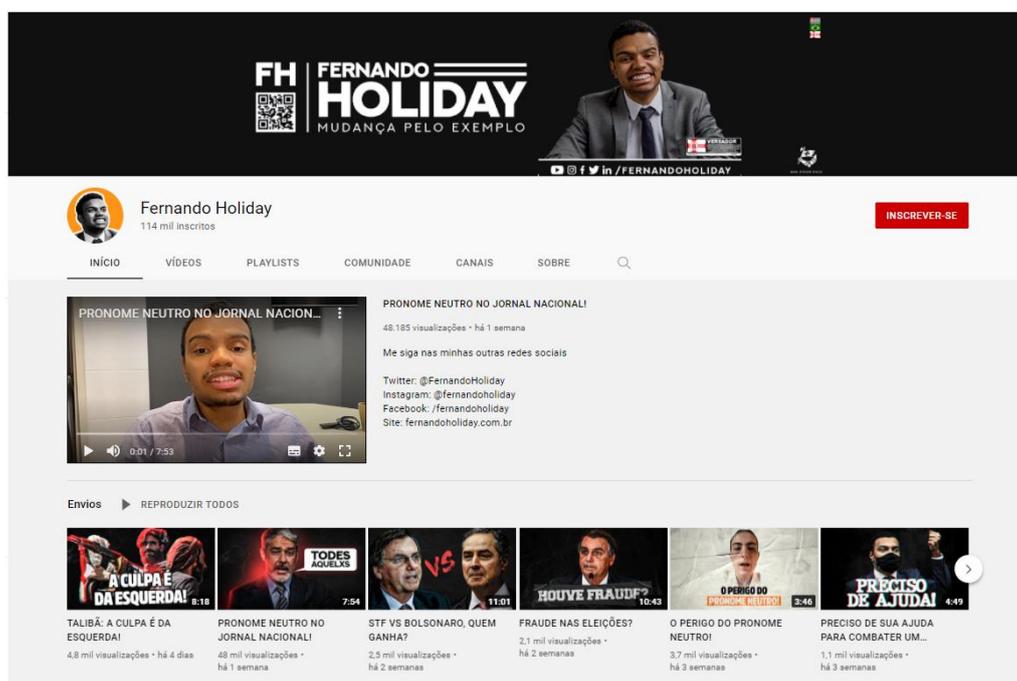
O canal durante 2017 e 2020, contou com diversos conteúdos que poderiam ser enquadrados na categoria êmica ‘*treta news dos negros*’, mas em agosto de 2021, a youtuber diz que o canal passará por transformações e que não quer mais “essa energia” no canal (GABI..., 2021) (mais informações no capítulo 4). Finalizo aqui a apresentação do canal e no próximo subtítulo falo sobre o Holiday.

### 3.2.7 Canal “Fernando Holiday”

O canal “Fernando Holiday”, do político brasileiro Fernando Silva Bispo, foi criado em 6 de outubro de 2016, possui 246 vídeos, 114 mil inscritos, 5, 2 milhões de visualizações, Id: UCIAPOCfe0cHSZjsVAxxBjkQ, sua *Total Grade* na plataforma *Social Blade* é B - e *Channel Type* é *News*. Os cinco vídeos com maior audiência são “O Racismo de Marcelo D2 Contra Hélio Bolsonaro”, publicado em 31 out. 2018, com 737 mil visualizações, “Fernando Holiday - Um Vereas No pedaço”, publicado em 20 out. 2020, com 360 mil visualizações, “A verdade sobre o mundo árabe e a embaixada em Jerusalém”, publicado em 7 nov. 2020, com 211 mil visualizações, “Quem são os Verdadeiros Heróis Negros? | Especial Dia da Consciência Negra”, publicado em 20 nov. 2018, com 179 mil visualizações, “Tudo sobre o caso Mariana Ferrer”, publicado em 3 nov. 2020, com 154 mil visualizações.

Os vídeos possuem de 40 segundos a 20 minutos (no máximo), o conteúdo e a abordagem são opiniões do político-youtuber sobre as questões políticas e sociais, como também sobre suas ações como ator social e político (uma prestação de contas aos eleitores-seguidores ou seguidores-eleitores).

Figura 11 – Página inicial do Canal “Fernando Holiday”



Fonte: Captura de tela da página inicial do canal

Segundo sua biografia, no portal da Câmara Municipal de São Paulo, Fernando Holiday:

Ganhou notoriedade em meados de 2015 ao liderar manifestações contra a então presidente Dilma Rousseff[*sic*]. Marchou a pé, cerca de 1100 km, de São Paulo até Brasília, para protocolar um pedido de impeachment da ex-presidente.

Se destacou também por lutar contra o racismo enraizado na sociedade. É contrário a cotas raciais e outras políticas que menosprezam os afrodescendentes.

Fernando Holiday foi eleito em 2016, aos 20 anos, sendo o vereador mais jovem da história do município de São Paulo, foi o 13º mais votado com 48.055 votos. Foi reeleito em 2020 com 67.671 votos, sendo o 5º mais votado no município. (Câmara Municipal, s/d).<sup>77</sup>

Fernando Holiday, tal como Murilo Araújo do canal “Muro Pequeno” é um homem negro, gay e cristão (católicos), mas discutem a sexualidade com perspectivas diferentes. Por exemplo, em 2018, Holiday afirmou que: “O fato de eu namorar outro homem é um pecado. O fato de eu ter um desejo constante por outra pessoa do mesmo sexo, mas não fazer isso, não é um pecado. É a única saída em estar na igreja católica e ser homossexual.” (POR RELIGIÃO..., 2018, texto digital). Isto é, para o político-

<sup>77</sup> Publicado no portal da Câmara Municipal de São Paulo, entretanto com o destaque que “Este texto foi produzido por e é de responsabilidade do gabinete de Fernando Holiday.”,

youtuber a forma de vivenciar a sexualidade e ser cristão é abster-se dos desejos. Ao passo que Murilo, em seu discurso na ONU, em 2017, afirma ter uma relação com Deus e que sua “[...] sexualidade nunca foi um problema da minha relação com Ele. Pelo contrário, sinto que Deus está presente constantemente na minha vida, nas minhas lutas, na minha relação com meu namorado” (O LUGAR..., 2017, 00:03:31- 00:03:47, tradução livre)<sup>78</sup>.

O campo discursivo político de Fernando Holiday se aproxima ao de Lívia Zaruty, por exemplo; na opinião sobre cotas raciais para pessoas negras (pretos e pardos). Zaruty descreve que os mestiços (termos da autora) com um alisamento de cabelo, maquiagem, etc., passariam por brancos, ao passo que pretos não, assim, as cotas deveriam ser somente para pessoas pretas. A youtuber alega que seus avisos sobre comissão verificadora (heteroidentificação)<sup>79</sup> seriam um serviço público que ela está prestando. Holiday, por sua vez, criou o Projeto de Lei 19/2019, que pedia a revogação das leis que instituem políticas de cotas para o ingresso de negras e negros no serviço público municipal<sup>80</sup>. Isto é, para Lívia as cotas devem ser apenas para os pretos e Holiday para nenhuma pessoa negra (seu argumento é que isso seria um empurrãozinho do Estado – ver capítulo 4).

Uma vez descrito alguns pontos, acrescento que a seleção do canal de “Fernando Holiday” para compor o *corpus* da análise se deu por uma indicação da banca do exame de qualificação, pontualmente, da professora Priscila M. Medeiros (UFSCar). Priscila, o desafio foi aceito!

No próximo capítulo apresento a análise de cada um dos canais a partir de marcos históricos entre os anos de 2015 e 2020, mas não antes de descrever os procedimentos de geração de dados e os procedimentos de tratamento e análise dos dados gerados. Faça essa ‘estrada-escrita’ na próxima subseção.

---

<sup>78</sup> Áudio original no vídeo: “[...] my sexuality was never been a problem in my relationship with Him. On the contrary, I feel that God is constantly present in my life, in my fights, in my relationship with my boyfriend” (O LUGAR..., 2017, 00:03:31- 00:03:47).

<sup>79</sup> Opiniões relatadas nos vídeos “Negrometro pardo, fraude cotas e heteroidentificação | Etnia Brasileira por Lívia Zaruty” (publicado 19 set. 2018, com 13,9 mil visualizações) e “Me Declaro pardo e fui reprovado pela Comissão da Universidade 🗣️” (publicado 19 fev. 2019, com 90,9 visualizações).

<sup>80</sup> Sem votos suficientes para aprovação o vereador Holiday (no momento filiado ao Partido Patriota), desistiu e comunicou publicamente no dia 9 de setembro de 2020. Além de matérias, Fernando Holiday publicou em seu canal seu discurso na Câmara Municipal de São Paulo, com título “Por que sou contra as cotas raciais?” (dia 23 out. 2020, com 21,8 mil visualizações).

### 3.3 PROCEDIMENTOS DE GERAÇÃO, TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS: A ‘RECEITA DO EBÓ’

O ‘caminho-doutorado’ em sua ‘estrada-escrita’ é uma encruzilhada só, ao mesmo tempo em que são muitas (capítulos e suas subdivisões). Nessa gira, ‘saudando as linhas’ procedimentais apresento os percursos trilhados para alcançar os resultados (os quais estão logo ali, no capítulo 4). Antes, rememoro que uma descrição mais abrangente sobre o que é um método é justamente ‘caminho(s) para chegar a um determinado resultado’ e na caminhada investigativa das Ciências Humanas o ‘artesanato progressivo’ organiza as formas de se pesquisar, de modo que, os procedimentos e os objetos vão sendo refinados de maneira paulatina (BECKER, 1999; MILLS, 1965).

Na metáfora de andanças, a subseção é um narrar-explicativo de *como* caminhei pela estrada escolhida (teoria metodológica) – que foi a dos Estudos Culturais, pontualmente, o ferramental oferecido pelo circuito de cultura (DU GAY *et al.*, 2015), como também o redimensionamento do CC para pensar plataformas digitais (ver capítulo 2), conforme descrevi na subseção 3.1. O caminhar nessa estrada se fez entre ‘perambulações’ (LEITÃO; GOMES, 2017) observações flutuantes *nos* e *dos* canais selecionados para análise. O flainar em si não gerou os dados, mas a partir de uma sistematização do observado foi possível perceber repetições, semelhanças e divergências, campos discursivos de ação (ALVAREZ, 2014) e as informações apreendidas tomavam forma de objeto de pesquisa (o discurso de youtubers negro(a/e) brasileiro(a/e)s na plataforma YouTube, entre 2015 e 2020). Esse caminhar pode ser lido como “procedimentos de geração de dados”.

Assim, abrindo os trabalhos que fazem ‘saudação às linhas procedimentais’ afirmo que me aproprio da perspectiva foucaultiana como uma ‘caixa de ferramentas’. Isto porque, entendo que pode haver uma correlação entre Michel Foucault (2003) – a fabricação de instrumentos e objetos que corrigem e se moldam um ao outro –, Howard Becker (1999) – refinamento artesanal de instrumentos e objetos – ou de Charles Wright Mills – imaginação sociológica<sup>81</sup> –, que juntas aprimoram-se para que possa apreender os discursos ancorados no YouTube, os quais são *informações* que demandam

---

<sup>81</sup> Segundo Mills (1965, p. 11, grifos meus), a imaginação sociológica é uma qualidade de espírito: “[...] que lhes ajude a usar a informação e desenvolver a razão, a fim se perceber, com lucidez, o que está ocorrendo no mundo e o que pode estar acontecendo dentro deles mesmos. É essa qualidade, afirmo, que jornalistas e professores, artistas e públicos, cientistas e editores estão começando a *esperar daquilo que poderemos chamar de imaginação sociológica*.”

*procedimentos de geração de dados* para que, posteriormente, sejam tratados e analisados. Ou seja, um conjunto de técnicas e métodos que ‘transformam’ informações em dados (objetos), sendo esse o tema abordado no próximo subtítulo.

### 3.3.1 Procedimento de Geração de Dados: a ‘Montagem’ do Ebó

Planejar uma caminhada na pesquisa qualitativa não implica em, necessariamente, definir com antecedência todos os procedimentos e práticas (DENZIN; LINCOLN, 2006) e foi o que fiz. A priori, pensei que a ‘entrada em campo’ (plataforma YouTube) deveria ser orientada pelo circuito de cultura (DU GAY *et al.*, 2015) e por “perambulações” (LEITÃO; GOMES, 2017), para então, fazer a “montagem”. A montagem é quando:

[...] diversas imagens diferentes são sobrepostas para criar um quadro. De uma certa forma, a montagem é como o pentimento<sup>82</sup>, no qual algo que havia sido pintado, mas que não pertencia ao retrato (uma imagem da qual o pintor ‘arrependeu-se’, ou a qual ele rejeitou), ganha novamente visibilidade, criando algo novo. O novo é o que havia sido obscurecido por uma imagem anterior. [...] A montagem emprega imagens breves a fim de criar uma noção bem-definida de urgência e de complexidade. Ela convida os observadores a construir interpretações que se baseiam umas nas outras ao desenrolar da cena. Essas interpretações são construídas sobre associações baseadas em imagens contrastantes que se combinam entre si. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 18–19).

Uma vez descrito a partir de que perspectiva entendo a ‘montagem’, passo para o detalhamento e significação da perambulação. Trata-se de práticas de ‘etnógrafo-transeunte’ que faz caminhadas em meio à multidão “[...] entregue ao ambiente da cidade e sujeito a seus propiciamentos, assim como dos demais transeuntes.” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 50). A perambulação da etnografia tradicional fora adaptada para as plataformas digitais (etnografia digital), isto é, submetida às mesmas lógicas algorítmicas

---

<sup>82</sup> Embora as autoras não cite, gosto da definição do termo que está na obra “Pentimento – um Livro de Retratos”, da escritora e dramaturga Lillian Hellman. O livro texto fala de alguns amigos e parente (que inclusive dão nome a capítulos como: Bethe, Willy, Júlia e Arhur W. A. Cowan), como também das suas peças de teatro, da relação com o marido e da experiência de ser uma alemã vivendo nos EUA (há trechos com curiosas passagens que falam das relações entre negros e alemães nos EUA). Mas, antes de iniciar o texto a autora significa o termo “pentimento” como sendo: “À medida que o tempo passa, a tinta ver a tinta velha em uma tela muitas vezes se torna transparente. Quando isso acontece, é possível ver, em alguns quadros, as linhas originais: através de um vestido de mulher surge uma árvore, uma criança dá lugar a um cachorro e um grande barco não está mais em mar aberto ponto isso se chama pentimento, porque o pintor se arrependeu, mudou de ideia ponto talvez se pudesse dizer que a antiga concepção, substituída por uma imagem ulterior, é uma forma de ver, e ver de novo, mais tarde. Essa é a minha única intenção a respeito das pessoas neste livro. A tinta ficou velha e quis ver como me parecia antigamente, e como me parecem agora.” (HELLMAN, 1981, p. s/p).

que os ‘demais transeuntes’ naveguei pelo YouTube e caminhei nas ‘vuelas’ dos canais selecionados. Entre fluxos informativos parava e tomava notas em um caderno de campo, via diante dos meus olhos (com óculos da teoria e metodologia) surgirem temas e categorias.

Dessa forma, como “etnógrafa-transeunte” perambulei e acompanhei os canais selecionados orientada pelo circuito de cultura e atravessada pelos marcos sócio-históricos (ver capítulo 4), para assim, fazer a “montagem” do objeto de pesquisa (DENZIN; LINCOLN, 2006; DU GAY *et al.*, 2015; LEITÃO; GOMES, 2017). Esses foram os ‘Guias’, as ‘placas sinalizadoras’ que se fizeram uma parte importante dos procedimentos de geração de dados.

Outro passo desse caminhar foi o processo de seleção dos vídeos dentro dos canais, isto porque, entre os anos de 2015 e 2020 os sete canais publicaram 1.697 vídeos na plataforma YouTube (ver Quadro 8). Durante os procedimentos de geração de dados, acima citados percebia no título, nas descrições<sup>83</sup>, nos usos ou ausência de *hashtags*, nos *cards*<sup>84</sup> e ao longo do vídeo as ‘deixas simbólicas’ que auxiliavam a responder à pergunta de pesquisa da tese. Assim, ‘montando’ o objeto de pesquisa entendi que os passos se aproximavam de um mapeamento<sup>85</sup> e, foi assim, que adaptei os parâmetros do protocolo da ferramenta *State of the Art through Systematic Review - StArt*<sup>86</sup> para essa finalidade. Compilei as informações e as disponho no Quadro 7.

---

<sup>83</sup> A descrição do vídeo é um espaço da plataforma YouTube onde informações elaboradas pelo(a/e) usuário(a/e) sobre o vídeo, o canal ou diversas podem ser inseridas. É comum que youtubers coloquem os endereços de seus próprios perfis de outras plataformas, contatos ou dados adicionais como: *links* de matérias, artigos, filmes, etc., citados no vídeo.

<sup>84</sup> São imagens ou *frames* que ficam na ‘capa’ do vídeo na plataforma, criado para complementar informações do vídeo.

<sup>85</sup> Adendo importante o Mapeamento Sistemático são procedimentos de revisão de literatura sistemático (integrado ou não), tem como objetivo encontrar mapear o que tem sido pesquisado em uma área do conhecimento. Assim, verifica quem são a(o)s autora(e)s que mais publicação, instituições que estão filiada(o)s, anos das publicações, métodos de pesquisa, revistas e rede com outra(o)s pesquisadora(e)s. Os resultados dão um panorama mais geral, um balanço. O Mapeamento “[...] é utilizado quando não é necessário responder com profundidade questões específicas, mas sim uma visão geral mais ampla de determinada área (MOHER; SHEKELLE, 2015 *apud* DERMEVAL; COELHO; BITTENCOURT, 2019, p. 4). A Revisão Sistemática, por sua vez, não é uma síntese e, via de regra, está concentrada nas relações e causalidades entre variáveis e, dessa maneira, intenta compreender o efeito do tratamento. Os resultados buscam responder a perguntas exploratórias de pesquisa, além disso, traz um balanço teórico o estado da arte sobre determinado tema dentro de uma área do conhecimento ou de um termo (DERMEVAL; COELHO; BITTENCOURT, 2019). Em ambos é interessante compartilhar o protocolo que deve conter a questão de pesquisa, explicar a busca, os critérios de seleção e exclusão, critérios de avaliação de qualidade, extração de dados e síntese (Mapeamento) ou análise de dados (Revisão).

<sup>86</sup> *Software* gratuito desenvolvida pela equipe do Laboratório de Pesquisa em Engenharia de Software (LAPES-UFSCar), Departamento de Engenharia de Softwares-UFSCar, coordenado pela professora Sandra Fabbri que auxilia pesquisadora(e)s, dando suporte computacional à aplicação das tarefas de uma Revisão Bibliográfica Sistemática e Mapeamento Bibliográfico Sistemático.

**Quadro 7 - Protocolo de Mapeamento e Seleção de vídeos para análise**

| <b>Dados</b>   | <b>Descrição</b>  |
|--|---|
| Título   | Mapeamento dos discursos em vídeos de sete canais de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s.  |
| Descrição  | Mapeamento sobre temas e pautas abordadas em vídeos publicados nos canais selecionados, com objetivo de compreender o que tem orientado os discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s.   |
| Objetivos  | Identificar <i>o quê</i> e <i>como</i> youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s tem articulado seus discursos (ancorados nos vídeos postados na plataforma YouTube, entre 2015 e 2020).   |
| Intervenção <sup>87</sup>                              | Vídeos publicados nos canais assistidos em momentos anteriores à seleção  |
| População  | Todos os vídeos dos setes canais selecionados, publicados entre 2015 e 2020 (1.697).  |
| Resultados   | Apresentar um mapeamento dos discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s.   |
| Palavras-Chave:  | Ativismo; Cotas raciais; Empoderamento; Estereótipo; Estética Negra; Etnia; Privilégio; Homens Negros; Juventude Negra; Mulheres Negras; Negro(a/e); Pardo(a/e); Preto(a/e); Raça; Racismo e Zumbi/Dandara.   |
| Idioma   | Português   |
| Métodos de pesquisa na Plataforma                      | Círculo de cultura (DU GAY <i>et al.</i> , 2015); ‘perambulações e acompanhamentos’ (LEITÃO; GOMES, 2017); marcos sócio-históricos (ver cap.5); informações expressas no título, nas descrições dos vídeos, nos usos ou ausência de <i>hashtags</i> , nos <i>cards</i> , ‘dito e não dito no vídeo’ (ver cap. 5).   |
| Base de dados  | YouTube, como também perambulações nos perfis de outras plataformas como Instagram, Twitter, Tik Tok e Facebook.  |
| Critérios de Inclusão (I) e Exclusão (E) <sup>88</sup> | (I) Relatar palavras-chave ou suas associações conotativas; (I) Discutir ressignificações sobre o que é ser uma pessoa negra; (I) Discutir os usos da plataforma YouTube sendo uma pessoa negra; (I) Discutir representação; (I) Discutir questões políticas de maneira geral.<br>(E) Discutir assuntos adjacentes como maquiagem, cabelo, resenha de produtos estéticos ou culturais <sup>89</sup> ; (E) Vídeos de promoção (publicidade e propaganda); (E) Vídeos que não tenham relação com a pesquisa. (E) Vídeos com temática muito semelhante (saturação – ver próxima linha) |
| Seleção de Pesquisas Iniciais                          | Dos resultados identificados foram selecionados vídeos em que o título, a descrição e uso de <i>hashtag</i> fossem identificados ao menos com um dos os critérios de inclusão definidos. Vídeos que pautasse de maneira muito semelhante o mesmo tema foram descartados, foi mantido apenas uma versão mais completa (vídeo que trouxesse mais informações sobre o tema, independente do tempo do mesmo). Foram selecionados os vídeos que respondessem ao menos um critério de inclusão. O critério de exclusão teve prioridade sobre o de inclusão.                               |

Fonte: Adaptado pela autora a partir dos parâmetros do StArt

<sup>87</sup> Os parâmetros protocolares do *software* StArt indicam que se tenha controle de intervenção, isto é, um conjunto de estudos iniciais que auxiliarão na compreensão dos estudos pesquisados na base. São textos já conhecidos pelo(a) pesquisador(a) e que devem ‘vir quando se roda o *software*’. No caso, da adaptação cito os canais que tinha contado antes de iniciar o doutorado (ver detalhamento na subseção 4.2)

<sup>88</sup> Os canais “10Ocupados” e “Canal do Pericão” não seguiram esses critérios, posto que, nenhum ou poucos vídeos entrariam para a análise.

<sup>89</sup> Alguns foram inclusos por falarem de outros assuntos. No campo apareceu um formato de vídeo que era: “Maquia e Fala”, no qual as youtubers Nátaly Neri e Gabriela Oliveira, se maquiavam e conversavam dizendo tanto os nomes dos produtos que estavam usando como abordavam temas e assuntos políticos.

Os procedimentos de geração de dados foram registrados em um caderno de campo e tabelas no programa Microsoft® Office Excel. Vale destacar que entre os 1.697 vídeos publicados 65 foram selecionados para serem analisados (ver Quadro 8).

**Quadro 8 – Relação entre vídeos publicados e vídeos selecionados para análise**

| Ano                | Canal                           | Vídeos publicados | Vídeos analisados |
|--------------------|---------------------------------|-------------------|-------------------|
| 2015               | 10Ocupados                      | 48                | 1                 |
|                    | Canal do Pericão                | 0                 | 0                 |
|                    | Etnia Brasileira – Lívia Zaruty | 1                 | 1                 |
|                    | Fernando Holiday                | 0                 | 0                 |
|                    | Gabi Oliveira – DePretas        | 36                | 2                 |
|                    | Muro Pequeno – Murilo Araújo    | 14                | 2                 |
|                    | Nátaly Neri – Afros e Afins     | 20                | 2                 |
| 2016               | 10Ocupados                      | 50                | 1                 |
|                    | Canal do Pericão                | 0                 | 0                 |
|                    | Etnia Brasileira – Lívia Zaruty | 0                 | 0                 |
|                    | Fernando Holiday                | 0                 | 0                 |
|                    | Gabi Oliveira – DePretas        | 21                | 2                 |
|                    | Muro Pequeno – Murilo Araújo    | 39                | 3                 |
|                    | Nátaly Neri – Afros e Afins     | 36                | 2                 |
| 2017               | 10Ocupados                      | 46                | 3                 |
|                    | Canal do Pericão                | 0                 | 0                 |
|                    | Etnia Brasileira – Lívia Zaruty | 6                 | 3                 |
|                    | Fernando Holiday                | 0                 | 0                 |
|                    | Gabi Oliveira – DePretas        | 55                | 3                 |
|                    | Muro Pequeno – Murilo Araújo    | 38                | 2                 |
|                    | Nátaly Neri – Afros e Afins     | 67                | 1                 |
|                    | <i>Spartakus Santiago</i>       | -                 | 1 <sup>90</sup>   |
| <i>Yuri Marçal</i> | -                               | 1 <sup>91</sup>   |                   |
| 2018               | 10Ocupados                      | 64                | 3                 |
|                    | Canal do Pericão                | 54                | 2                 |
|                    | Etnia Brasileira – Lívia Zaruty | 92                | 1                 |
|                    | Fernando Holiday                | 75                | 2                 |
|                    | Gabi Oliveira – DePretas        | 60                | 3                 |
|                    | Muro Pequeno – Murilo Araújo    | 19                | 2                 |
|                    | Nátaly Neri – Afros e Afins     | 46                | 1                 |
| 2019               | 10Ocupados                      | 62                | 1                 |
|                    | Canal do Pericão                | 63                | 1                 |
|                    | Etnia Brasileira – Lívia Zaruty | 126               | 1                 |
|                    | Fernando Holiday                | 21                | 2                 |

<sup>90</sup> Inserção do vídeo “Intervenção no Rio: como sobreviver a uma abordagem policial”, publicado no dia 17 fev. 2018, no canal do “Spartakus Santiago” na análise devido ao diálogo com os temas que surgiram no campo no ano de 2017.

<sup>91</sup> Inserção do vídeo “Tive que ser maneiro – Processo”, publicado em 9 mar. 2021, no canal “Yuri Marçal”, na análise devido ao diálogo do mesmo com temas que surgiram no campo no ano de 2017.

|             |                                 |     |          |
|-------------|---------------------------------|-----|----------|
|             | Gabi Oliveira – DePretas        | 32  | 2        |
|             | Muro Pequeno – Murilo Araújo    | 37  | Panorama |
|             | Nátaly Neri – Afros e Afins     | 50  | 2        |
| <b>2020</b> | 10Ocupados                      | 95  | 3        |
|             | Canal do Pericão                | 36  | Panorama |
|             | Etnia Brasileira – Lívia Zaruty | 116 | 2        |
|             | Fernando Holiday                | 85  | 3        |
|             | Gabi Oliveira – DePretas        | 31  | 2        |
|             | Muro Pequeno – Murilo Araújo    | 24  | 1        |
|             | Nátaly Neri – Afros e Afins     | 32  | 1        |

Fonte: Elaborado pela autora

No próximo subtítulo descrevo os procedimentos de tratamento e Análise dos dados.

### 3.3.2 Procedimento de Tratamento e Análise dos dados: a ‘Preparo’ do Ebó

Os dados gerados pelo conjunto de métodos descritos na subseção 3.3.1 e os marcos sócio-histórico (ver capítulo 4) foram tratados, conforme descrição do Quadro 9, para que na sequência fossem analisados.

**Quadro 9 - Procedimentos para tratamento dos dados gerados**

| Dados   | Procedimento de tratamento dos dados                                   |
|---|--|
| Registros de dados sensíveis do(a)s youtubers negro(a)s brasileiro(a)s cujo canal foi selecionado | Anotação em caderno de campo e documento <i>Microsoft® Office Word</i> |
| Discursos ancorados em vídeos   | Anotação em caderno de campo, Transcrição e anotações sobre os tempos  |

Fonte: Elaborado a partir de Martins (2021)

#### a) Dados sensíveis

Os dados sensíveis da(o)s a(o)s youtubers pesquisada(o)s foram extraídas de matérias jornalísticas, disponibilizadas pela(o)s própria(o)s youtubers em seus vídeos ou outras plataformas ou por outras pessoas em plataformas ou artigos científicos que analisavam os canais. Todas as informações foram anotadas em um caderno de campo e em documento do programa *Microsoft® Office Word*. Os resultados foram apresentados de forma discursiva ao longo dos capítulos 3 e 4, com a finalidade de caracterizar a(o)s youtubers.

#### b) Discursos ancorados em vídeos selecionados

Os discursos ancorados nos vídeos dos sete canais selecionados foram organizados por ano (2015, 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020) e tiveram trechos transcritos.

### **3.3.2. 1 Procedimento de análise dos dados: como ‘despachar’ o ebó**

A ‘estrada-escrita’ é feita na encruzilhada de pesquisas qualitativas cujo atravessamento se dá na articulação de teorias, métodos e procedimentos (geração, tratamento e análise), objeto de pesquisa (na feitura do campo) e interpretações/inferências de quem se propõem a pesquisar. Dentre os métodos analíticos para trabalhar com discurso empreguei alguns pressupostos teóricos metodológicos de Michel Foucault (1998, 2003, 2012) já incorporando as críticas feitas ao filósofo por Stuart Hall (2013, 2016).

Os discursos estão ancorados em vídeos que foram veiculados na plataforma digital do YouTube, por isso, a análise contou também com as contribuições teóricas e metodológicas da Sociologia Digital (DIJCK, 2016; MISKOLCI, 2017, 2021; MISKOLCI; BALIEIRO, 2018; POELL; NIEBORG; DIJCK, 2019; SIBILIA, 2008). Trago também questões sócio-históricas para preencher o ‘alguidá’ no qual é ‘montado’ o ‘ebó’ (ver capítulo 4).

A partir desse conjunto de ferramentas e procedimentos vi surgir categorias no campo, tais como: o que é ser negro(a/e) na contemporaneidade; o que é ser youtuber/*digital influencer*; educação e unidade escolar (espaços de brincar, se preparar para o futuro, mas também de sofrer racismo); estética negra como possibilidade de enfrentamento ao racismo; empreendedorismo de si; identidades negras e uma síntese empreendedorismo da identidade negra.

Encerro os trabalhos da gira metodológica e convido para que caminhemos para encruzilhada da *Descriptografia*.

#### 4 DESCRIPTOGRAFANDO SETE YOUTUBERS BRASILEIRO(A)S: IDENTIDADES, EMPREENDEDORISMO DE SI E OUTRAS CRIAÇÕES

Socialmente, sou realista. Vejo como é, não brinco. Como artista, sonho mais. Alço voos maior[*sic*]. É que os dois se confundem. [...] Artística e pessoalmente é o mesmo, cara. Agora, eu posso usar minha arte de outra forma, posso pôr outra roupa nela, abordar outros assuntos tão importantes quanto [...]. Não é porque você é negro que eu tenho que falar de favela com você. [...] Vejo muitos negros querendo falar de outras coisas. Na verdade, os negros querem falar de outras coisas. Esse é o ponto. O branco para entender isso também vai demorar um pouco. Tem coisa que a gente tá ligado às coisas que aconteceram há quatrocentos anos [...]. A gente quer viver coisas novas. Nós queremos novidade. Eu vejo a raça negra buscando a novidade, buscando a tecnologia, a beleza [...]. Ser *hype* também. Mudou. Ó nós aí! Eu sou obrigado a ficar respondendo pelo passado que não quer se repetir [risos] [...] mudou porque tinha que mudar, porque é muito maior que nós. (BROWN *apud* HENRIQUE; SANTANA; NASCIMENTO, 2018, 00:10:17 – 00:11: 43).

Do passado que não quer se repetir às potências de imaginar um futuro (viva Sun Ra<sup>92</sup>!), a encruzilhada se faz ‘porque é muito maior que nós’, como diz Mano Brown de quem empresto o pensamento para fazer epígrafe deste capítulo que traz a análise da tese. É maior do que nós porque é Sankofa – ‘adinkra (*hype*)’ que fala sobre olhar e aprender com o passado para construir o futuro. Assim, depois de escolher uma ‘estrada-escrita’ nesse ‘caminho-doutorado’, eis o momento de preparar o ebó (categorias), colocar cada elemento no alguidá (contexto) e despachar (análise). Mas, antes de abrir este trabalho é preciso apontar o desafio que é olhar para os fatos do tempo presente no contínuo *on-line-off-line*, porque ‘é muito maior’ e não seria uma tese a dar conta de tudo, intento, por ora cumprir o prometido que é responder a pergunta de pesquisa: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negro(a/e)s no Brasil?”.

Para tanto, busco apreender algumas as questões socioculturais que ocorreram no Brasil e no mundo entre 2015 e 2020, a fim de compreender se afetaram, reverberaram, orientaram ou não os discursos do(a)s youtubers dos sete canais selecionados.

---

<sup>92</sup> Herman Poople Blount é o nome de batismo, que fora abandonado, do artista e compositor Sun Ra (Ra é deus na mitologia egípcia). Conhecido como o profeta, o precursor do afrofuturismo, sua Askestra (junção de ‘orquestra’ com ‘arca’ – referência à arca da aliança, fenômeno narrado no antigo testamento da bíblia) produziu 200 discos e o épico filme “*Space is the place*”, obras que influenciam até hoje a estética do afrofuturismo com sua filosofia cósmica. Nasceu no Alabama em 1914 e faleceu em 1993.

O tempo é a segunda década do século XXI (2011-2020), todavia volto à década anterior (2001-2010), mais pontualmente à “III Conferência Mundial de Combate ao Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata”, que aconteceu em 2001, em Durban (África do Sul). Na Conferência, foram produzidos uma Declaração e um Programa de Ação de Durban<sup>93</sup>, documentos que o Brasil é um dos países signatários, sendo esses “[...] importantes instrumentos jurídicos que amparam o respeito, a proteção e o cumprimento dos direitos humanos e ratificam as políticas de igualdade racial já realizadas no Brasil.” (GOMES; MIRANDA, 2018, p. 4). Os debates da Conferência:

[...] fortaleceram as denúncias do Movimento Negro, de mulheres negras e dos quilombolas sobre a histórica e perversa imbricação entre desigualdades raciais, sociais e de gênero no Brasil; e colocaram em xeque esse Estado, pressionando-o a adotar medidas e políticas de superação do racismo e em prol da igualdade racial. Políticas essas que o Brasil experimentou em sua fase mais democrática, no período de 2003 a 2016, com a criação da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPPIR). Esta, juntamente com outros ministérios, Movimento Negro, Organizações não governamentais (ONGs) de combate ao racismo e demais movimentos sociais antirracistas, foi responsável pela implantação de uma série de medidas de Estado e de governo voltadas para a garantia dos direitos da população negra. (GOMES; MIRANDA, 2018, p. 4).

Em 2003, ainda em janeiro, é sancionada a Lei nº 10.639 que inclui obrigatoriamente a temática História e Cultura Afro-brasileira (BRASIL, 2003a). E, em 21 de março do mesmo ano, é instituída a pela Lei 10.678, a Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPPIR) (BRASIL, 2003b). A criação da SEPPPIR já previa o Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial (CNPIR), regulamentado pelo Decreto nº 4.885 (BRASIL, 2003c).

Nessa esteira, vale citar que, em 2001, no Rio de Janeiro, a Assembleia Legislativa aprovou a Lei nº 3.708 (RIO DE JANEIRO, 2001), que reserva 40% das vagas para estudantes autodeclarados negros e, assim, a Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) passa a ter um sistema de cotas raciais. Já em Minas Gerais, em 2004, com a Lei 15.259 (MINAS GERAIS, 2004)<sup>94</sup>, fica assegurado uma reserva de no mínimo 45% das vagas para alunos afrodescendentes, egressos de escolas públicas (desde que em ambos os casos o/as aluno/as sejam carentes) e portadores de deficiência física e indígenas, nas Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e a Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

<sup>93</sup> Uma das influências da conferência foi que após “[...] Durban, o movimento social negro procurou maior institucionalidade para garantir a presença de suas reivindicações e de seus agentes na esfera pública estatal, e não apenas na sociedade civil.” (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020, p. 312).

<sup>94</sup> Revogada pela Lei 22.570 publicada em 2017 (MINAS GERAIS, 2017).

No âmbito federal, além da Lei nº 10.639 (BRASIL, 2003a), houve a Lei nº 12.288 (BRASIL, 2010b), que instituiu o Estatuto da Igualdade Racial, e a Lei nº 12.711 (BRASIL, 2012), que dispõe sobre o ingresso nas Instituições Federais de Ensino Superior, conhecida como ‘Lei de Cotas’.

Esses fatos, quando vistos no alçodá desta pesquisa, trazem um dendê que auxilia a compreender a construção dos coletivos negros universitários. Para Guimarães, Rios e Sotero (2020), *coletivo* é uma nomeação comum a organizações contemporâneas que surgiram após as Jornadas de Junho de 2013 (*apud* PEREZ, 2019), mais adiante falo das Jornadas. Como características, esses coletivos têm um “ideário organizacional mais horizontalizado”; novas formas de ação e intenso uso de plataformas digitais; os sujeitos que os compõem se colocam como ativistas; mobilizam conhecimentos da tradição consolidada do movimento negro e do feminismo negro, os quais foram adquiridos “[...] nas universidades e nos espaços formativos de organizações mais tradicionais e nas redes sociais.” (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020, p. 311). Os coletivos também possuem diferenças ideológicas e geracionais em comparação com os movimentos tradicionais. Além disso,

O fato é que, com a abertura das universidades brasileiras a novos e maiores contingentes de estudantes negros, *em grande parte admitidos pela política de cotas, os coletivos passaram a ser uma forma de aglutinação desses estudantes.* [...] O certo é que esses estudantes visam criar um espaço próprio, onde possam construir e exercer algumas das múltiplas formas de representar as identidades negras. Ou seja, constroem o coletivo como um espaço onde criem, celebrem e cultivem sistematicamente uma história do protesto e da mobilização negra no Brasil e no mundo – uma história diaspórica, pois –, onde expressem uma sensibilidade e uma estética próprias, e onde se organizem para reivindicações específicas – *em particular contra as discriminações percebidas no sistema universitário e em favor de um currículo que contemple a experiência negra.* (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020, p. 313–314, grifos meus).

Esses espaços diaspóricos de acolhimento e construção de múltiplas formas de representar as identidades negras são também de organização para “supervisionar a aplicação das cotas” e promover ações que estabeleçam “[...] um conflito simbólico, que paute o reconhecimento dos temas, das experiências e das sensibilidades dos novos segmentos estudantis de origem periférica e negra. A disrupção simbólica começa por nomear a dimensão racial.” (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020, p. 315).

Por fim, sobre esse conjunto de elementos que trouxe para o alçodá, é possível dizer que:

[...] *as ações afirmativas reconfiguraram os movimentos sociais negros*. Eles passaram a ter formas de organizações menos institucionalizadas, *com novas demandas e formas de representação social*, tendo as universidades como espaços privilegiados para atuar, embora não se restrinjam a eles. (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020, p. 322, grifos meus).

A escolha de trazer esses elementos de forma enfática se dá por compreender que, com o acesso às universidades públicas, a experiências dos coletivos (experiência vivida ou percebida, isto é, compondo ou não um coletivo) e o contínuo uso da internet para mobilização e divulgação, formam uma dinâmica que é utilizada por alguns(algumas) youtubers, por exemplo: Nátaly Neri, Gabi Oliveira e Murilo Araújo.

Arrematando esse argumento para passar para o próximo, é importante frisar que as organizações negras do século XX tiveram a educação como um direcionamento político, afinal, trata-se de um dos direitos sistematicamente negado e, por isso, inviabilizam a mobilidade social e exercício da cidadania. Dessa forma, o movimento negro elege e destaca “[...] a educação como um importante espaço-tempo passível de intervenção e de emancipação social [...]” (GOMES, 2017, p. 25). Assim sendo, é cognoscível que houve uma articulação transnacional entre Estado brasileiro e Organizações Internacionais, como também entre os movimentos negros, estados federativos e governo federal. Disso, surgem legislações como as citadas Lei nº 10.639 (BRASIL, 2003a), a Lei nº 10.678, que cria a SEPPIR, a Lei nº 12.288 (BRASIL, 2010b), que cria o Estatuto da Igualdade Racial e a Lei nº 12.711, Lei de Cotas (que compõem um campo de plausibilidade para criação de coletivos negros universitários). São lutas consolidadas em leis que possibilitam a entrada de jovens negros, periféricos e pobres no ensino público superior que, ao se encontrarem, alguns(algumas) se reconhecem e se identificam, organizando-se e experienciando novas formas de ação. Dito isso, siga a ‘estrada-escrita’ por outras encruzilhadas.

O alquidá de 2011-2020 é marcado por mudanças no “Repertório de ação coletiva”, tema amplamente discutido por Charles Tilly – que, inclusive, passou a incluir cada vez mais a cultura em suas pesquisas sobre os processos políticos. A professora Angela Alonso (2012, p. 25) discute a ampliação da teoria tillyana em três fases: *anos 1970* (criação do conceito de repertório – que é entendido como um conjunto de formas de ação, em que o autor rompe, de certa maneira, com explicações deterministas, economicistas e psicossociais para ações coletivas); *anos 1990* (“repertório de confronto” – é um conceito relacional e demanda de conhecimento social, “entendimentos, memórias e acordos compartilhados”, como também de “relações sociais, significados e ações amalgamadas em padrões conhecidos e recorrentes”) e *anos 2000* (“repertório da performance” – com concepções mais amplas da cultura, que passa

a ocupar o centro das discussões da Sociologia Política, quem que o autor, após afirmar ter tido excessos estruturalistas em suas pesquisas anteriores, passou a pensar mais na *agency* para discutir as questões conflituosas) (ALONSO, 2012).

Trago Tilly à discussão para apontar que a forma de olhar mudou, sobretudo porque mudaram as agências e tudo isso impacta no conjunto de ações que vão sendo transformadas em representações sociais (MOSCOVICI, 1978), identidades sociais (CHARTIER, 1990, 1991) e o entendimento de que algumas identidades coletivas passam a ser produzidas na ação política (MELUCCI, 1995 *apud* ALONSO, 2012). Em síntese, as teorias e o arcabouço metodológico são formulados e modificados (transformados, acrescidos ou até mesmo refutados) a partir da observação e intenção de explicar cientificamente os fenômenos. Trata-se de um processo lento, mas que, após os anos 1960, com a virada cultural e linguística, o giro epistemológico e o árduo trabalho de vário(a/e)s cientistas para reescrever o passado e desconstruir alguns silêncios (em uma eterna disputa interna e externa ao campo científico), veem ganhando um ritmo diferente. Por exemplo, o pensamento de Charles Tilly entre 1970 e 2008 e os debates entre Alex Honneth e Nancy Fraser (sobre reconhecimento) das duas últimas décadas são alguns dentre outros. E é me valendo desse conjunto de elementos que penso o ‘ebó de palavras’ desta tese. Os elementos que coloco no alguidá são alguns fenômenos sociais e sua reverberação (ou não) na “esfera pública técnico-mediatizada” (MISKOLCI, 2021).

Começo com o que o Tempo trouxe, isto é, os fenômenos e acontecimentos que ocorreram no período de análise. Essa segunda década do século XXI é marcada por ações coletivas de proporções transnacionais, tais como: Primavera Árabe (Tunísia, Egito, Líbia, Síria e ainda diversos protestos em outros países no Oriente Médio e Norte da África), *Occupy Wall Street* (Ocupe *Wall Street*, Estados Unidos) e Movimentos 15-M (Espanha). Todas essas manifestações ocorreram em 2011 e têm em comum algumas características, como: ser massiva; fazer uso da internet para organização, mobilização e publicização; se apresentar como movimentos “sem uma liderança” e com uma “organização horizontal”<sup>95</sup>. Além disso, soma-se o fato de ampliarem o número de manifestantes “indignado(a/e)s” após publicizarem, por meio de vídeos e fotos, a violência policial. Esses pontos podem ser lidos como indicativos de uma possível mudança de repertório dos movimentos sociais globais (ALONSO, 2017; GOHN, 2018, 2015; TORREÃO; ALMEIDA, 2014)<sup>96</sup>.

---

<sup>95</sup> Esses dois últimos são categorias êmicas, as quais sociologicamente ainda estão sendo debatidas nos Estudos dos Movimentos Sociais e Sociologia Política. Empiricamente, as vejo mais como um “horizonte de expectativa” do que como um fato.

<sup>96</sup> Devo integralmente o contato com esta(e)s autora(e)s, bem como as leituras compartilhadas a minha companheira Milena de Lima e Silva.

No território brasileiro tivemos as manifestações que ficaram conhecidas como Jornadas de Junho de 2013. Um conjunto de protestos que tomaram as ruas de muitas cidades do país. O movimento começou em São Paulo, com manifestações nos dias 03, 06, 07, 11 e 13 de junho de 2013, as quais foram convocadas pelo Movimento Passe Livre (MPL-SP). A priori, as reivindicações eram sobre o aumento da passagem (20 centavos), mas logo ficou claro que não eram apenas os vinte centavos (ROQUE; PATRÍCIO, 2018), e outras tantas pautas e temas estavam estampadas em cartazes que eram produzidos, mas sobretudo postados nas redes sociais digitais.

Para seguir a ‘estrada-escrita’, avanço sem pormenorizar, por ora, esses fenômenos, posto que já estão no alçidão e serão retomados no despacho (análise) e, dessa forma, trago a síntese que interessa a esta pesquisa: os usos sociais da internet que passa a compor o imaginário de atores sociais como uma estratégia ou *locus* de disputa. Assisti a youtubers falando que antes não tinham espaços para debater alguns assuntos, mas que com a internet isso se tornou possível, pode ser lido como formas de agir informadas por um conjunto de questões sociais, dentre elas o empreendedorismo de si.

No alçidão também está a resolução nº 68/237, da Organizações das Nações Unidas (ONU, 2014), que proclama a Década Internacional de Afrodescendentes (2015-2024), com início em 1º de janeiro de 2015 e fim em 31 de dezembro de 2024, cujo tema é: “Afrodescendentes: reconhecimento, justiça e desenvolvimento”. Os objetivos centrais são:

Promover o respeito, proteção e cumprimento de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais das pessoas afrodescendentes, como reconhecido na Declaração Universal dos Direitos Humanos;  
Promover um maior conhecimento e respeito pelo patrimônio diversificado, a cultura e a contribuição de afrodescendentes para o desenvolvimento das sociedades;  
Adotar e reforçar os quadros jurídicos nacionais, regionais e internacionais de acordo com a Declaração e Programa de Ação de Durban e da Convenção Internacional sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial, bem como assegurar a sua plena e efetiva implementação. (DÉCADA..., 2014, texto digital).

A Década Internacional de Afrodescendentes trata-se de mais um conjunto de ações para promoção de justiça intergeracionais. Também está em relação com a “III Conferência Mundial de Combate ao Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata”, de 2001, e a revisão da Declaração e Programa de Ação contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata, intitulada “Durban + 10”, pois em nível internacional a população negra continuava(continua) sofrendo os impactos do racismo e das desigualdades sociais. Trazer a ‘Década’ para o alçidão faz sentido devido ao fato de que, quando o Estado brasileiro adere ou é país signatário, assume internacionalmente

compromissos de formulação de políticas públicas e ações governamentais que corroborem com documentos assinados.

Das ações institucionalizadas, em nível nacional e internacional, trago também as civis, como o *Black Lives Matter* (BLM, já mencionado no capítulo anterior), que surge após a morte de Eric Garner, no dia 17 de julho de 2014. Jovem negro que foi assassinado por asfixia pelo policial branco Daniel Pantaleo, em Nova Iorque (EUA). O BLM leva milhares de pessoa para as ruas contra o racismo e a violência policial.

De volta ao Brasil, em 01 de janeiro de 2015, Dilma Rousseff (PT) toma posse para seu segundo mandato. Entretanto, no dia 02 de dezembro do mesmo ano, é aceito o processo de *impeachment* pelo então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (MDB). Processo esse que se estenderia até dia 31 de agosto de 2016, quando Dilma sai da presidência da república. Alguns atores sociais surgem durante o processo, como por exemplo o MBL, movimento que Fernando Holiday (que, além de político, é youtuber e seu canal é analisado nesta tese) coordenou.

O alguidá acomoda também vida e morte de Marielle Francisco da Silva (Marielle Franco), uma mulher negra, lésbica, periférica, socióloga, política (vereadora pelo PSOL, eleita para mandato 2017-2020) e militante de direitos humanos que fora assassinada em 14 de março de 2018 junto a seu motorista Anderson Pedro Gomes. Nesse momento, o governo federal havia decidido aplicar, pela primeira vez, o art. 34 da Constituição de 1988 (BRASIL, 1988)<sup>97</sup> e intervir na autonomia do estado do Rio de Janeiro, alegando que a medida se dava por questões de segurança interna.

Marielle Franco compunha a comissão da câmara municipal que acompanhava a intervenção federal. Em 28 de fevereiro de 2018, foi escolhida como relatora e também participava do Observatório da Intervenção. No dia 10 de março, Marielle fez uma denúncia sobre as mortes causadas pela intervenção na comunidade do Acari, região Norte da cidade do Rio de Janeiro. Em seu perfil do Twitter, disse: “O que está acontecendo agora em Acari é um absurdo! O 41º batalhão da PM é conhecido como Batalhão da Morte. CHEGA de matarem nossos jovens.” (O QUE..., 2018, texto digital). O referido Batalhão é considerado o mais letal da capital fluminense (ANISTIA INTERNACIONAL, 2015; FRANCO, 2018) e é o mesmo da chacina de Costa Barros, que, com 111 tiros, matou “5 moleque tipo nóiz/ Que acabaram assim/Que fim, sem voz” (EMICIDA, 2015).

---

<sup>97</sup> A instituição se deu pelo Decreto n.º 9 288 (BRASIL, 2018), em 16 de fevereiro de 2018.

O assassinato de Marielle “[...] provocou uma onda de luto e indignação coletivas nas ruas” (BETIM, 2018, p. texto digital). Entre gritos e cartazes de “Marielle, Presente!”, pedidos de fim da intervenção, também se perguntava “Quem matou Marielle”. As investigações da Polícia Civil (Divisão de Homicídios) e o Ministério Público do Rio de Janeiro (Grupo Especial de Combate ao Crime Organizado - Gaeco) prendeu e acusou, em março de 2019 (na véspera de completar um ano do assassinato), “os ex-policiais militares Ronnie Lessa, acusado de ser o autor dos disparos, e Élcio de Queiroz, acusado de dirigir o carro usado no crime. Lessa é um sargento reformado e Élcio foi expulso da PM por envolvimento com contravenção” (ALBUQUERQUE; BARBON; NOGUEIRA, 2020, texto digital). Não há esclarecimentos, até hoje, se há mandante(s) e quais são os motivos do assassinato, mas Jair Bolsonaro e Carlos Bolsonaro são alguns dentre os nomes de políticos que já foram mencionados, acusados e absolvidos durante as investigações.

Marielle fora eleita no mesmo ano em que acontece o *impeachment* de Dilma Rousseff (2016) e é assassinada um mês antes da prisão de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) que, mesmo barrado pela Lei Ficha Limpa (BRASIL, 2010a), era pré-candidato às eleições presidenciais de 2018 e pelas pesquisas da época se fazia um dos mais expressivos concorrentes de Jair Bolsonaro. As informações desse parágrafo se fazem simbólicas, hoje, quando olhamos para 2018 e pensamos na institucionalização da ascensão da nova direita brasileira. A tese de Camila Rocha (2018) é um texto que trata das minúcias desse processo.

Voltando à vida de Marielle e, para tanto, me valho das palavras da socióloga Lia Rocha (2018) que descreve a vereadora como uma figura que se construiu intelectual e politicamente articulando bandeiras de diversos marcadores sociais da diferença e epistemologias, elegendo-se a quinta vereadora mais votada na cidade da família Bolsonaro, onde lutou pelos direitos humanos, militou em movimentos sociais tradicionais, coletivos negros universitários, blocos de carnaval e grupos de *funk*. A vida e morte de Marielle faz lembrar a da historiadora e professora Maria Beatriz do Nascimento, assassinada em janeiro de 1995. Maria Beatriz, além de circular entre academia e militância na fluidez comum dos intelectuais negros das décadas de 1970-1980<sup>98</sup>, foi morta por defender direitos humanos de uma mulher. A trajetória de

---

<sup>98</sup> Sobre essa fluidez: “[...] um negro que é ao mesmo tempo militante e acadêmico, que pode ser militante por que é acadêmico ou é acadêmico por que é militante [...] ganha corpo com o surgimento de uma intelectualidade negra ligada à academia e recrutada de uma classe média, já bem visível, que, independentemente ou não de movimentos organizados, procura manter forte esse diálogo, tomando às vezes a iniciativa, ao defender teses e colocar questões sobre o grupo negro nas agendas dos estudiosos. Nesse tipo de relação militância-academia, o negro deixa apenas de ser o informante de experiências históricas e cotidianas do seu grupo para ser até mesmo o condutor, direto ou indireto, da própria reflexão acadêmica. Esse novo tipo de relacionamento [...] gera problemas e coloca questões novas tanto para a militância como para a academia. Transformá-lo num encontro fecundo e positivo para ambas, é um dever moral que ambas se impõem.” (PEREIRA, 1999, p. 256).

Marielle também traz marcas semelhantes à de Lélia Gonzalez, que articulou academia, militância no movimento negro, de mulheres e movimentos culturais (Olodum), além disso, Lélia se candidatou duas vezes, para deputada federal e estadual.

Uma vez lançados os elementos no alguidá (contexto), seguro-os firme para iniciar o preparo do ebó (categorias) e despachar (análise), que “[...] alabê dê a forma [...] vai rolar xirê [...] que comece o ritual” (GIRA..., 2019).

#### 4.1 NO COMEÇO ERA ASSIM: UMA IDEIA NA CABEÇA, UM CELULAR NA MÃO E UM CANAL PARA POSTAR - 2015

Emprestando e ampliando o slogan do cinema novo (uma câmera na mão e uma ideia na cabeça) é que começo o despacho (análise). A decisão por iniciar em 2015 se deu pelo fato de que três (Afros e Afins – por Nátaly Neri, Gabi de Pretas – por Gabi Oliveira e Muro pequeno) dos sete canais estrearam as produções neste ano. É importante salientar que os quatro canais temos dois que são anteriores, a saber: Etnia Brasileira (com início em 2007) e 10Ocupados (início em 2013, pouco modificaram quanto a estética e identidade, aproximam-se, por sua vez, da produção da primeira geração de youtubers brasileiros) e outros dois são em anos posteriores: Fernando Holiday em 2016 e Canal do Pericão em 2018.

Em 2015, no canal “Gabi Oliveira”, foram postados 36 vídeos que começam com o *teaser*<sup>99</sup> “Primeiro vídeo do canal | Introdução | DePretas” (19 ago. 2015) e finaliza com “50 fatos sobre mim | Papo DePretas (26 de dezembro de 2015). Além de falar sobre cabelo, maquiagem, produtos para pessoas negras e entrevistar Camila Nunes (youtuber negra com canal sobre maquiagem para pessoas negras), o canal teve 11 vídeos com conteúdos que abordam diretamente pautas antirracistas, dos quais chamo atenção para três.

Iniciando com o vídeo “A barraqueira da Gabi | Papo DePretas”, publicado dia 19 out. 2015, no qual Gabi Oliveira começa brincando com o título: “Viu o título e já veio correndo para ver, né? Todo mundo adora um barraco, né, gente?” (A BARRAQUEIRA, 2015, 00:00:00 - 00:00:06). O conteúdo é sobre uma história que aconteceu com a youtuber enquanto ‘passeava no shopping e duas meninas negras olharam para ela, sorriram e disseram: ‘olha o cabelo dela, parece que levou um choque’. Nesse momento, Gabi narra que a “Gabi Barraqueira” que habita seu corpo quis discutir com as meninas, mas que não fez nada.

---

<sup>99</sup> Termo inglês que vem do verbo *tease* – provocar. Na Publicidade e Propaganda, trata-se de um recurso utilizada para apresentar, suscitar curiosidade de novos produtos que serão lançados. No audiovisual, é um fragmento, uma sequência curta do programa (filme, novela e, no caso, dos vídeos do *YouTube*) que ainda será lançado.

Com muitas risadas, como na maioria de seus vídeos, a youtuber conta que fez duas pausas. Na primeira, pensou em ir atrás das meninas negras que riram dela e perguntar ‘quem elas pensam que são’ e se ‘sabiam quem era a Gabi’ – a típica frase brasileira ‘você sabe com quem está falando?’, mas logo percebeu que: “A minha parte barraqueira é doido [...] o quê que iria falar para menina que eu era? Mais uma pessoa desempregada no mundo [...]” (A BARRAQUEIRA, 2015, 00:01:02 - 00:01:10).

A segunda ‘pausa’ é sobre uma autoanálise durante o momento “barraco” em que a youtuber, em um exercício imaginário de uma conversa que não aconteceu, diria sobre tudo que já leu a respeito de transição capilar e que ‘a menina não sabia de nada disso’. Então, conclui: “olha a Gabi Barraqueira esquecendo o tanto de privilégio que ela já teve na vida e ignorando que a maioria das nossas outras irmãs não tiveram.” (A BARRAQUEIRA, 2015, 00:01:23 – 00:01:31).

Gabriela é uma mulher negra de pele escura, cabelo crespo tipo 4<sup>100</sup> que iniciou o canal com o objetivo de falar sobre cuidado com cabelo (crespo) e maquiagem (para pele escura), conforme seu *teaser*. É possível inferir que o discurso de Gabi Oliveira é orientado por questões que veem desde o “*Black is beautiful*” (importação e ressignificação das pautas do movimento dos direitos civis dos EUA para o Brasil) ao aumento do discurso midiático e publicitário sobre a beleza negra com ampliação de produtos para pessoas negras (foco em pele e cabelo).

Sobre essa questão, vale mencionar que a transição capilar é um assunto co-construído pela ação de pessoas negras (sobretudo mulheres jovens) e seus processos de autoaceitação e autoafirmação de traços negroides, sendo o cabelo algo central, posto que é um alvo de discursos racistas. E, é claro, também com o discurso mercadológico arquitetado pela publicidade e propaganda.

Voltando ao vídeo a primeira pausa que a youtuber faz, para perguntar (em uma conversa imaginária, em que uma parte de si denominada “Gabi-Barraqueira” diria a outras mulheres): “quem você pensa que você é” e “se sabe com quem está falando”, tem-se uma representação da contraditória sociedade brasileira que traz em sua “cordialidade carnalizadora” rituais que começam como “você sabe...”, os quais expõem o “esqueleto hierarquizante de nossa sociedade” (DA MATTA, 1981, p. 142). Trata-se, então, de um ritual constrangedor e desagradável em que cada pessoa deve conhecer ‘seu lugar’ na sociedade e

---

<sup>100</sup> As tipificações vão de cabelo tipo 1 (cabelo liso), 2 (liso-ondulado), 3 (cacheado) e 4 (crespo). Além dessa tipificação, há a classificação das escalas a, b e c. Os cabelos tipo 4, são mais secos e tendem a não formarem cachos.

temendo “[...] (e com justa razão) esbarrar a todo momento com o filho do rei, senão com o próprio rei. (DA MATTA, 1981, p. 167).

Para o antropólogo Da Matta (1981), há, na sociedade brasileira, dois sistemas: um de leis gerais, códigos burocráticos e outro com as situações concretas da vida, com os códigos das relações e moralidades. A partir do segundo sistema (código da relação), é possível ler o *self* “Gabi Barraqueira” que queria perguntar a outras duas mulheres negras se elas sabiam com quem estavam falando. A youtuber não o fez, pois, ao refletir sobre, aciona o marcador social classe e percebe que teve acessos que talvez as duas garotas não tivessem tido.

Outro tema dessa pausa do vídeo, discutido pela youtuber, é que; mesmo sendo uma mulher negra, teve acesso à educação formal e isso é denominado por ela como privilégio. Um direito, incluso em diversos documentos (nacionais e internacionais) sobre direitos humanos passa a ser entendido por uma pessoa negra como privilégio. Isto porque, ao olhar para o lado percebe-se como que os seus (população negra) não têm acesso à educação (pauta histórica dos movimentos negros) e, além disso, são alvo de violência letal.

“A Barraqueira”, mulher negra raivosa, é um estereótipo pautado no vídeo. Para pensar isto, trago o texto da professora Shirley A. Tate (2018), intitulado “Descolonizando a raiva: a teoria feminista negra e a prática nas universidades do Reino Unido”, que apresenta uma perspectiva de agenciamento pela raiva (que entendo como fanoniana), todavia, revisada pelas leituras de Toni Morrison e Audre Lourde, apontando como a raiva e a dor psicológica institucional acontecem de forma relacional. A autora entende a raiva como algo que não emana da “mulher negra raivosa”, mas como algo socialmente construído, sobretudo devido a racismos e preconceitos sofridos. Shirley Tate (2018) volta a sua língua e origem jamaicana a fim de explicar-nos que

[...] ‘*mi vex*’ [é frase] para falar do profundo tormento que não está contido na palavra ‘raiva’. Além disso, ‘raiva’ tem conotação de uma falha individual, enquanto ‘*mi vex*’ reconhece a fonte do tormento da raiva/dor feminista negra como sendo algo *externo* aos nossos corpos. ‘*Mi vex*’ remete à compreensão da raiva como algo relacional, bem como algo que não é essencialmente *nosso*. A raiva vem de outro lugar, mas está nos ‘afetando’ por causa de sua intensidade (BRENNAM, 2004; GUTIÉRREZ; RODRÍGUEZ, 2011). ‘*Mi vex*’ remete a esse afeto, esse tormento com reclamação e necessidade de políticas feministas/ antirracistas/ queer/ anticapitalistas/ antietarismo/ antibinarismo de gênero/ antidiscriminadoras de classe para continuar a construir uma comunidade feminista negra inclusiva. Ou seja, ‘*mi vex*’ fala contra o afeto da dor psicológica institucional. (TATE, 2018, p. 186).

De forma descontraída, rindo de si e fazendo rir com a situação, Gabi Oliveira aconselha, no final do vídeo, para não ‘escutar a barraqueira e se unir’. Por fim, trata o último assunto, que é o que chama de “briga de *Black*”, isto é, uma ‘competição’ do *Black* mais bonito.

Pede para que haja mais união, que não se dispute por isso e que ‘as mulheres que têm cabelo *Black* deem mais moral para as minas que acabaram de fazer o BC<sup>101</sup>’. Finaliza dizendo que quando se ‘fica na disputa, se perde muita coisa’, e descreve: “[...] a pretinha mais clara com a pretinha mais escura, a pretinha de cacho com a pretinha crespa. Ó, o negócio é, ó: união, gente, e incentivo! Esse é o recado que quero deixar aqui hoje.” (A BARRAQUEIRA, 2015, 00:03:14 - 00:03:28).

Há um movimento de performance discursiva em três atos: fica com raiva e quer questionar ‘quem é você’ e ‘você sabe com quem está falando’; vê que ‘seria ridículo’ (um *mi vex?*); pedido para que haja união. Ao fazer isso, torna-se um exemplo? É um empreendimento moral? Ainda é cedo para responder essas perguntas, assim, passo para a análise do próximo vídeo.

O 26º vídeo postado no canal tem como título “Um trauma chamado COLÉGIO | Papo DePretas”, publicado no dia 14 nov. 2015, e traz a youtuber narrando uma conversa que teve com amigas negras. Todas estavam felizes e falavam dos processos de se sentirem bonitas até “[...] que chegou no assunto mais triste da história de todas nós; o colégio” (UM TRAUMA..., 2015, 00:00:35 -00:00:41). Segue falando sobre os ‘racismos clássicos’ de serem chamadas de macaca e fedorenta, de perseguição de colegas e diz que ficou pensando “[...] como a gente vai mudar isso, gente? Por que, cara, as nossas crianças estão aí, né, sofrendo as mesmas coisas que a gente sofreu [...]” (UM TRAUMA..., 2015, 00:01:40 – 00:01:50).

Gabi Oliveira está abordando o letramento racial, tema discutido pela professora Aparecida Ferreira (FERREIRA, 2015a, 2015b)<sup>102</sup> e que se faz de uma ‘ocupação’ na maternagem de mulheres negras, conforme discute Sofia Martins (2021). No campo da pesquisa de Martins (2021), a autora se depara com a ideia de ‘A forma que eu vou Ensinar’ que se faz uma categoria para analisar como que mulheres negras que são mães de filho(a)s negro(a)s

<sup>101</sup> BC é sigla do *Big Chop* (grande corte), trata-se de uma parte importante e temida da transição capilar, pois é o grande corte que tira a parte do cabelo alisado e é seguido de tratamentos para texturizações e fortalecimento dos fios. Além de curto, o cabelo que cresce ainda não tem forma (*Black* ou cachos) e demanda de muitos cuidados.

<sup>102</sup> O letramento racial crítico é entendido a partir da Teoria Racial Crítica, uma teoria que “[...] reinterpreta o direito aos direitos civis à luz de suas limitações, mostrando que as leis para reparar a desigualdade racial são sempre minadas antes mesmo que elas sejam completamente implementadas.” (TATE, 1997, p. 234-235 *apud* FERREIRA, 2015a, posição 359). O letramento, por sua vez, é processo que visa compreender quais são os impactos e as influências da racialização nas questões sociais, econômicas, políticas e educacionais (na obra a professora busca instrumentalizar professore(a)s para uma educação antirracista). Nos termos da professora: “Letramento racial crítico é refletir sobre raça e racismo, e nos possibilita ver o nosso próprio entendimento de como raça e racismo são tratados no nosso dia a dia, e o quanto raça e racismo têm impacto em nossas identidades sociais e em nossas vidas, seja no trabalho, no ambiente escolar, universitário, em nossas famílias, nas nossas relações sociais.” (FERREIRA, 2015b, p. 138). O objetivo do letramento racial crítico é instigar as identidades a refletirem sobre as questões raciais a fim de construir um horizonte de expectativa que seja mais igualitário. (FERREIRA, 2015a, 2015b).

pensam e ensinam a seus(suas) filho(a)s sobre a negritude (aprender a se amar e valorizar os traços negroides) e sobre o racismo (sofrimento que inevitavelmente sentirão na pele).

Esse vídeo também me lembrou do ensaio “Vivendo de amor”, de bell hooks, traduzido por Máisa Mendonça, em 2010. Nesse texto, hooks (2010) fala sobre ‘as verdades privadas que raramente são discutidas em público’, das dores que se sente ao ver as mesmas práticas de racismo se repetindo com as crianças:

Para conhecermos o amor, primeiro precisamos aprender a responder as nossas necessidades emocionais. Isso pode significar um novo aprendizado, pois fomos condicionadas a achar que essas necessidades não eram importantes. Por exemplo, no seu livro, *O hábito da sobrevivência: estratégias de vida das mulheres negras*, Kesho Scott relata uma experiência importante que a ensinou a sobreviver: Medindo treze anos, permaneci parada em frente a porta da sala. Minhas roupas estavam molhadas. Meus cabelos pingando. Estava chorando, chocada, precisando do colo da minha mãe. Ela me olhou de cima a baixo, devagar, levantou-se do sofá e caminhou ao meu encontro com o corpo carregado de críticas. Parada, com as mãos na cintura, sua sombra caindo sobre meu rosto, perguntou sem conseguir esconder a raiva: ‘O que aconteceu?’ Hesitei como se surpresa por sua raiva e respondi: ‘Elas colocaram minha cabeça na privada. Disseram que não posso nadar com elas’. ‘Elas’ eram oito meninas brancas da escola. Tentei abraçá-la, mas ela se afastou bruscamente dizendo: ‘Que inferno! Pegue seu casaco e vamos embora’. (VIVENDO..., 2010, texto digital).

Diante do exposto, vejo proximidades entre os textos de Aparecida Ferreira (2015a, 2015b), Sofia Martins (2021), bell hooks (VIVENDO..., 2010) e a fala de Gabi Oliveira (UM TRAUMA..., 2015). Há em comum a experiência negra do sofrimento com o racismo, onde o colégio é um episódio traumático para crianças negras. As mães, nos textos das referidas autoras, são centrais no preparo e proteção do(a)s filho(a)s para que sobrevivam e, quiçá, combatam o racismo, mas tudo isso demanda de um esforço físico e psicológico. Afinal, ao ver filho(a)s sofrendo racismo, é reabrir feridas, rememorar o que sofreu no ambiente escolar.

Nesta mesma esteira, tem-se o vídeo “Eu não quero mais ter filhos | Papo DePretas”, publicado no dia 5 dez. 2015. Nesse vídeo, Gabi fala sobre como queria ter quatro filhos (dois meninas e duas meninos), mas que percebeu que não conseguia imaginar o rosto dos filhos, pois havia um medo de ter filhos e isso ‘bloqueava sua imaginação’. Seu medo foi revivido, por uma experiência percebida, a partir da morte dos ‘cinco moleque tipo nóiz’ (chacina de Costa Barros).

A youtuber fala que é um ‘medo colocar um menino negro no mundo’, sabendo que terá que ensiná-lo (letramento racial) e, ainda assim, pode ser assassinado. Acrescenta que leu em diversos lugares mulheres negras que alegam não querer ter filhos. Finaliza dizendo que não irá desistir de ter filhos, ‘por que o Estado decidiu que a carne mais barata do mercado é a carne negra’. Não desistirá, porque nas manifestações contra a violência policial e genocídio da

juventude negra, que aconteceu naqueles dias, encontrou com algumas mães que perderam seus filhos e disse ter visto dor, mas também força e luta. “Não sei o que vamos fazer, mas precisamos nos mobilizar”. Um adendo se faz necessário: em 2020, a youtuber anuncia estar habilitada para o processo de adoção e, embora fuja ao período de análise, em agosto de 2021 está em processo de aproximação com seus filhos, dois irmãos, sendo um menino de 8 anos e uma menina de 4 anos.

Voltando à maternagem (mulheres negras de crianças negras) cito que se trata de uma vivência que traz os significados de ser mãe, mas sobretudo de ser uma pessoa negra que terá que ensinar seus(suas) filho(a)s a se proteger e sobreviver ao racismo. Todos os assuntos desses três vídeos voltarão ao longo da análise, por isso, passo para o canal “Etnia Brasileira”.

A youtuber Lívia Zaruty possui o canal mais antigo entre os analisados. Em 2015, publica um único vídeo, uma entrevista com a atriz Ruth de Souza Andrade, com título: “Você é a favor das Cotas raciais? Atriz Ruth de Souza Responde”, postado dia 2 jan. 2015. Em um minuto e vinte e três segundos, Ruth de Souza afirma não ser a favor de cotas raciais e conta sobre uma ‘história de colégio. Nas palavras da atriz:

Quando eu tinha 10 anos de idade, eu nunca esqueci. Tinha uma leitura [...] que tinha um negócio que dizia que branco era inteligente e o negro não [...] do crânio [...] crânio atrofiado, nunca esqueci disso e comecei a chorar com o livro na mão e minha professora disse: ‘não vamos ler isso não, vamos ler outra coisa e mudou’ [...]. (VOCÊ..., 2015, 00:00:41 – 00:01:08).

Os traumas de colégio causados pelas experiências de racismo, como já dito, atravessa a vida da pessoa negra. Por estruturar a sociedade brasileira, o racismo se apresenta de diversas maneiras, como, por exemplo, na representação de pessoas negras em livros didáticos, como mencionado por Ruth de Souza Andrade, em entrevista à Lívia Zaruty, no canal “Etnia Brasileira”.

Esse é o tema da pesquisa da professora Ana Célia da Silva (2011): “A representação social do negro no livro didático: o que mudou? por que mudou?”. O texto discute como que as pessoas negras foram representadas no discurso do livro didático. Como resultado, aponta que houve uma representação como minoria, pois, enquanto 1.360 pessoas brancas foram retratadas, apenas 151 pessoas negras foram ilustradas (11%)<sup>103</sup>. Todavia, os personagens negros “foram

<sup>103</sup> O livro é resultado da tese “As transformações da representação social do negro no livro didático e seus determinantes”, defendida em 2001, mas ampliou os resultados e discutiu com os textos críticos-construtivos desenvolvidos nas duas últimas décadas sobre livro didático. Como um dos resultados, apresenta a resignificação (deslizamento do significado sobre o significante) que a figura de Zumbi dos Palmares teve para construção de um outro imaginário. É apresentado como: “Liderança de movimento de libertação” (SILVA, 2011, p. 17); um “do negro que trilhou os caminhos não convencionais da insurgência, a evidenciá-lo, no livro didático, como herói e

representados humanizados, ou seja, com família, nome próprio, sem estigmas, estereótipos e descritos sem preconceitos, com direitos de cidadania, papéis e funções diversificadas na sociedade, embora sem distinções étnico-culturais.” (SILVA, 2011, p. 137).

Os processos de representação são ambivalentes e sem garantias (HALL, 2016). Todavia, esforços para mitigar o sofrimento por racismo no ambiente escolar é atravessado (ou tem como estratégia) a melhor representação de pessoas negras em livros didáticos, a aplicação da Lei 10.639 (BRASIL, 2003a) e professore(a)s negro(a)s e não-negro(a)s comprometidos com uma educação antirracista, para que, assim, além de tentar diminuir o sofrimento, busque-se eliminar a exclusão escolar, que é uma das primeiras experiências de exclusão social da criança negra. Em 2015, não há mais vídeos no canal “Etnia Brasileira”, dessa forma, passo para o “Nátaly Neri – Afros e Afins”.

Afros e Afins é iniciado em 2015, com um *teaser* no qual a youtuber fala que tem 21 anos, está no 4º ano do curso de Ciências Sociais, mora com mais seis pessoas, namora a distância há dois anos<sup>104</sup> e que pretende discutir costura e moda, cabelo e questões estéticas e também “faça você mesmo”. Foram 20 vídeos postados em 2015, sendo um de apresentação (*teaser*); 7 sobre cabelo; 4 sobre moda/brechó; 3 sobre maquiagem; 5 que classifiquei como diversos. Nesse momento, discutirei dois vídeos, os quais foram por mim enquadrados como “cabelo”.

O vídeo “Autoestima, Identidade e Feminismo Negro”, postado dia 7 ago. 2015, é o segundo do canal e traz uma autonarrativa da youtuber sobre como se entendeu como uma mulher negra. Afirma que esse vídeo é importante, porque ‘tudo que falará no canal – moda, brechó, faça você mesmo, alimentação, maquiagem – tem relação com essa identidade’. Dessa forma, inicia contando sobre a ‘infância genérica de uma criança negra no Brasil’ e define como ‘um processo destrutivo’. Nas suas palavras:

[...] isso acontece na escola. Crianças dos anos 1990? Quem teve sua autoestima destruída pelas paquitas? [...] Que menina negra foi eleita a *miss* caipirinha na primeira série? Nenhuma [...]. Que menina negra era convidada para ser par na quadrilha? Eu nunca fui, minhas amigas negras nunca eram [...]. Que menina negra estava na lista, extremamente machista, das mais bonitas da sala? Nunca era a menina negra [...]. E, a partir daí, com nove anos, eu comecei a passar as primeiras químicas [...]. (AUTOESTIMA..., 2015, 00:03:54 – 00:04:49).

---

não como bandido, resultado do trabalho das organizações negras para reconstituir a sua história” (BRAGANÇA, 1996, p. 134 *apud* SILVA, 2011, p. 55); quem “luta para abrigar seu povo no quilombo, deixando a semente da libertação” (SILVA, 2011, p. 57). Zumbi recebeu também a retratação como uma figura central nos poemas de poetas contemporâneos do movimento negro.

<sup>104</sup> O namorado de Nátaly é um homem trans, influenciador digital e possui um canal no YouTube “Jonas Maria”, com 40 mil inscritos.

A transcrição acima traz novamente o ambiente escolar como um lugar de sofrimento por causa do racismo, além de outro assunto recorrente que é o uso de produtos químicos no cabelo desde muito nova. Sobre esse segundo tema, a youtuber comenta que ‘o cheiro do formol<sup>105</sup> lembrava felicidade, isto porque, ficava feliz toda vez que alisava o cabelo’. Até que, aos 14 anos, ganhou desconto para fazer um curso na empresa de beleza em que trabalhava, o curso era sobre dreads e tranças e, ‘na apostila, tinha a história dos cabelos com quais se identificou’. Segundo Nátaly, no momento ‘pensou que queria ser negra como as pessoas da revista’, ou seja, uma possibilidade da existência como uma ‘pessoa negra bonita’. A transição capilar de Nátaly, conforme o vídeo, foi todo com uso de dreads de lã e durou todo o seu período do ensino médio. Conta que o BC não era comum ou bem-aceito na sua cidade (Assis, interior de São Paulo). Por fim, fala sobre o contato com o feminismo que se deu na Universidade o que possibilitou se conhecer mais e ter autoestima. Aqui, os “coletivos” são entendidos como espaços de acolhimento e politização, semelhante ao que é discutido por Antônio S. Guimarães, Flávia Rios e Edilza Sotero (2020).

Por estarem discursivamente muito próximos, apresento outro vídeo do ano de 2015, a saber: “Empoderamento, Negras que Alisam o Cabelo e Feministas Maquiadas”, publicado no dia 28 nov. 2015, no qual a youtuber explica sua perspectiva sobre o conceito de ‘empoderamento’, aprendido nas disciplinas de Ciência Política, ‘como algo que significaria dar poder a alguém’. Enumera diversas formas de empoderamento individual e coletivo, usa um exemplo de ter sofrido racismo e que sua ação de se posicionar (individualmente) irá refletir coletivamente. Em seus termos: “Empoderamento é ter consciência da sua ação e, quando você age, você muda coisas que estão no âmbito coletivo.” (EMPODERAMENTO..., 2015, 00:08:05 - 00:08:13).

Outro tema abordado é o que denominou de “militância estética”. A youtuber diz que acredita que ‘não se trata apenas de autoestima, mas de uma transformação sobre a percepção social de que traços de pessoas negras que foram socialmente construídas como feio, exótico, ruim’ podem ser transformadas, ao menos no âmbito individual. Para exemplificar a construção social do gosto recorre a Pierre Bourdieu.

Ambos vídeos podem ser localizados temporal e socialmente como pertencentes a uma geração que adentra a universidade após a Lei de Cotas (BRASIL, 2012), momento da formação dos coletivos negros universitários e também da internet acessada pelos smartphones, com 4G

---

<sup>105</sup> Produto utilizado com alisante capilar em diversos processos, mas ficou bastante conhecido com a “escova progressiva”, a partir do ano 2003, no Brasil. Vale destacar que qualquer adição de formol em produtos é proibida pela Lei nº 6.437 (BRASIL, 1977).

e/ou banda larga e cujo uma das consequências é a mudança no ‘léxico social’. Os vídeos apresentam um conjunto de termos e expressões que foram ressignificados (e quiçá criados) se apropriando de uma gramática dos movimentos sociais, descolando e realocando na ‘esfera pública técnico midiaticizada’, construindo dentro do sistema de produção e regulação do YouTube processos de representação e identidade (que para parte significativa dos sujeitos desta tese é uma identidade negra e empreendedora ou que empreende a identidade negra), os quais são desenhados para serem consumidos, no máximo, como infoentretenimento.

A discussão sobre o léxico adquirindo por pessoas jovens no contínuo *on-line-off-line* presentes nos textos do professor Richard Miskolci (2021) e da professora Larissa Pelúcio e Tiago Duque (2020) estão articulados na reflexão sobre como que alguns vocábulos políticos que foram adquiridos por meios digitais e são reproduzidos sem que se saiba os significados teóricos, a origem e mesmo se é um conceito teórico<sup>106</sup>. Larissa (*apud* ANJOS; CAMARGO; LIMA E SILVA, 2021), em entrevista, afirma que se trata de uma apropriação importante, posto que havia um vazio semântico para abordar certos temas, como, por exemplo, entender que ‘um riso sem graça’ diante de uma abordagem machista era a forma que se tinha para responder ao que hoje é possível denominar de ‘assédio’. E, uma vez assediada, é preciso conversar sobre isso, reagir. Mas aponta que, na mesma medida, há o outro lado, a face violenta de não tolerar o ‘outro’ que não conhece o referido (novo) vocabulário. E lembra que em alguns casos é falta de acesso e em outros é ‘má vontade mesmo’.

Voltando ao vídeo, para finalizar a análise é importante destacar que fixar sujeitos como ‘mulher negra que alisa o cabelo’, ‘feminista que usa maquiagem’ ou ‘pessoa não-negra falando sobre relações raciais’ não são a mesma coisa, mas compõem uma lógica semelhante e que foi construída dentro de um novo léxico.

Começo agora a discussão do canal “Muro Pequeno”, do jornalista e mestre em linguística aplicada Murilo Araújo. Tal como Gabi Oliveira e Nátaly Neri, o youtuber inicia o canal com um vídeo-*teaser*, publicado no dia 15 out. 2015. Entre risos e falta de um roteiro, diz apenas que o canal irá estreiar no dia 17 out. 2015, apresentando também a vinheta.

Em 2015, foram publicados 14 vídeos, com os assuntos: ser uma pessoa LBGT e católica, a cultura do estupro, questões de gênero e sexualidade e relações étnico-raciais, como nos vídeos “Não é questão de gosto”, publicado em 3 nov. 2015, e “Pelo Amor de Dandara!”, publicado em 20 nov. 2015. No primeiro, aponta ‘ser uma pessoa duplamente

---

<sup>106</sup> Neste ponto, penso que se aproxima da ideia de representação social que Serge Moscovici (1978) discutiu em sua obra, no caso, como que a psicanálise passou a compor as narrativas cotidianas de uma parcela da sociedade francesa. E agora seria, por exemplo, termos dos estudos de gênero.

marcada por ser LGBT e negro, em uma sociedade racista e Lgbtfóbica’ e que tem discutido isso em grupos e comunidades de outras plataformas digitais. Afirma que as pessoas negras não são as escolhidas para relacionamentos duradouros e isso se dá (também) pelos estereótipos da mulher negra e do homem negro.

O youtuber está falando, sem citar, sobre a ‘zona do não ser’, aquela revelação dramática de si pelo outro no não-reconhecimento da semelhança (DUBOIS, 1999; FANON, 2008). Entretanto, se vê ‘como um homem negro com pele clara (lido como pardo) que, até então, nos aplicativos de relacionamento como o Tinder, só escolhia homens brancos, magros, com roupas legais e se coloca como alguém que teve gosto pessoal socialmente construído’. Isto é, ‘teve acesso as discussões da construção social do gosto, mas até aquele momento não havia se tocado de como o social havia impactado seu gosto’. Em suas palavras:

A questão é que a gente vive em uma cultura que forma o que a gente é, mas que também apaga os vestígios dessa formação. Ou seja, a gente está sendo o tempo todo influenciado e capturado pelos padrões da sociedade. E esses padrões formam os nossos gostos, nossos valores e nossas preferências, mas na nossa experiência fica parecendo que são muito nossas [...]. Então, o que a gente acha que é muito nossa, [são] coisas que só estão com a gente por causa da sociedade em que a gente se formou. Então é muito fácil você não gostar de [gays] afeminados em uma sociedade que é machista e misógina, é muito fácil não se atrair por gordos em uma sociedade que é gordofóbica, é muito fácil não se atrair por negros em uma sociedade que é racista. [...] E... Sabe o que é mais maluco no meio disso tudo? É que, no meio dessa reflexão, eu me dei conta de que eu estava deixando de enxergar um monte de gente linda [...] que estava ao meu redor o tempo inteiro. (NÃO..., 2015, 00:05:41 – 00:06:41).

Sobre o trecho do vídeo transcrito acima, chamo atenção para dois pontos, os quais vejo como intimamente relacionados. O primeiro é a concatenação da construção social do gosto, debate científico que se faz uma síntese-fragmentada na fala do youtuber (sem citar autores). O dito é que o imaginário social é formado por “verdades empíricas” as quais são perpetuadas mesmo “[...] depois do desaparecimento das relações sociais às quais elas se referiam” (HALL, 2011, p. 182). Nessa síntese, o youtuber não apresenta a origem dos termos e expressões que são científicas e possuem uma história, desse modo, para quem desconhece, parece que foi uma elaboração do próprio youtuber. Isto está relacionado as discussões de Larissa Pelúcido (*apud* ANJOS; CAMARGO; LIMA E SILVA, 2021) sobre apropriações de conceitos sem entender a origem – vale destacar que o youtuber pode conhecer, mas isso não fica claro em seu vídeo.

Na mesma linha de raciocínio, está a “espetacularização do eu”, discutidos no livro da professora Paula Sibilia (2008), que apresenta as distintas dimensões do “eu” performado na

internet. Essas dimensões são “íntimas”, “confessionais” e podem ser pensadas como “alterdirigidas”, ou seja, construções de si informadas para uma exposição que busca legitimar formas de ser e estar na sociedade. Ao expor sua linha de raciocínio sobre como ‘percebeu que não observava alguns corpos e entendeu que seu gosto havia sido construído socialmente’, há um espetáculo de si, uma vez que expõe sua desconstrução (semelhante ao vídeo de Gabi Oliveira: “A barraqueira da Gabi | Papo DePretas”) e com isso angaria *likes*, afinal, é interessante ser socialmente um homem negro, gay “desconstruído”.

Como não fiz esse exercício reflexivo no vídeo “A Barraqueira”, farei agora, com “Não é uma questão de gosto”: o desconstruir-se é uma expressão comum à cultura jovem universitária da geração que entra após anos 2010 e é encontrada em alguns discursos na internet. A expressão busca dar conta do processo de transformação de conceitos, fazer uma revisão interna que intenta deslocar e reinscrever, dar funcionamento diferente a formas de ser e estar e ser co-construtor(a/e) de uma sociedade que não seja especista, capacitista, racista, LGBTfóbica, sem misoginia, gordofobia, sexismo etc.

Poucas são as vezes em que a discussão sobre o “processo de desconstrução” vem acompanhado da corrente filosófica que inaugura o debate. Desconstrução (ou Desconstrutivismo) é uma corrente teórica que tem Jacques Derrida como um dos precursores. Nas obras “A escritura e a diferença”, de 1971, e “Gramatologia”, de 1973, Derrida propõe que se analise os processos sociais em oposição às estruturas, introduzindo temporalidade *nas* e *das* estruturas. Ademais, identifica limites fonológicos e logocêntricos<sup>107</sup> do que chama de primeiro estruturalismo e, assim, atinge os limites do signo saussuriano (dicotomia significante-significado) com uma ambição do estruturalismo aberto à desconstrução (DOSSE, 1994). Dessa maneira, Jacques Derrida (1973) foca nos processos sociais a fim de encontrar as unidades de sentidos que “permitam” desconstruções e descentralizações do poder.

Em “Gramatologia”, o termo “desconstrução” é entendido como decomposição de estrutura, um processo de desfazer sem destruir e é feito por dentro da língua em que se enuncia de modo que desloque com a finalidade de reconstruir. Dito isso, o desconstruir-se enunciado e anunciado em plataformas digitais com audiências de milhares de visualizações é um

---

<sup>107</sup> Sobre “fono” e “logocentrismo”, Derrida (1973, p. 53) afirma que: “É no sistema da língua associado à escritura fonético-alfabética que se produziu a metafísica logocêntrica determinando o sentido do ser como presença. Este logocentrismo, esta *época* da plena fala sempre colocou entre parênteses, *suspendeu*, reprimiu, por razões essenciais, toda reflexão livre sobre a origem e o estatuto da escritura que não fosse *tecnologia* e *história de uma técnica* apoiadas numa mitologia e numa metafórica da escritura natural. É este logocentrismo que, ao limitar através de uma má abstração o sistema interno de língua em geral, impede a Saussure e à maior parte de seus sucessores a determinação plena e explícita do que tem como nome ‘objeto concreto da linguística’” (grifos do autor).

espetacularizar-se, empreendido pela lógica da atenção. Mudanças de vocabulário são extremamente importantes, todavia, quando se restrito à linguagem, voltamos ao ambivalente (potente e contraditório) campo das representações que possui estratégias interessantes, mas é sempre necessário ter como horizonte que em se tratando de representação não há garantias (HALL, 2016).

Para finalizar, faço outra comparação, agora entre o vídeo “Empoderamento, Negras que Alisam o Cabelo e Feministas Maquiadas”, do canal “Nátaly Neri – Afros e Afins” de 28 nov. 2015, com o “Não é questão de gosto”, do canal “Muro Pequeno” de 3 nov. 2015. Ambos tocam no assunto ‘construção social do gosto’, todavia, Nátaly constrói uma narrativa que demonstra que não é uma leitura somente sua, pois sua análise é orientada pelo que aprendeu no curso de Ciências Sociais e cita uma perspectiva bourdesiana. Será que dizer de onde vem o pensamento é um ato pedagógico, de instruir a audiência sobre o processo de pensamento? Pergunta retórica que demonstra apenas que no vídeo “Não é uma questão de Gosto” não há nenhuma referência acadêmica, pelo contrário, o youtuber apresenta sua ‘perambulação’ em grupos e comunidades nas plataformas digitais e seu processo de autorreflexão.

Já no vídeo “Pelo Amor de Dandara”, postado no celebrado “Dia da Consciência Negra”, 20 nov. 2015, Murilo Araújo fala de sua sobrinha, ‘uma criança negra que teve dificuldade de deixar seu cabelo crescer quando bem pequena e que quando o mesmo cresceu, ela (a sobrinha) se deparou com um cabelo volumoso e cacheado, muito diferente do ideal de cabelo cumprido e liso’. No diálogo com o youtuber, a sobrinha diz que não gostava do cabelo e que queria alisá-lo. Além disso, a criança disse não ser negra. O youtuber, então, usa a narrativa para falar da importância do dia 20 de novembro.

Como esse vídeo está tematicamente próximo do anterior, no sentido de desconstrução, trago apenas a discussão referente a data que é um ponto de inflexão no regime de representação, sintetizado na transposição da comemoração da data 13 de maio para 20 de novembro. Há uma evocação do dia 20 de novembro como uma data significativa para população negra brasileira (e da disporá de modo geral). Em 1971, o Grupo Palmares, de Porto Alegre (RS), propõe um resgate simbólico para disputa narrativa dos protagonistas de uma parte silenciada da história do Brasil (SILVEIRA, 2003). Em outras palavras, a pauta é uma mudança da data em que um representante do Estado (colonial) cede abolição a sujeitos que escravizou, 13 de maio, para uma data em que se rememora a luta de uma importante liderança que, em guerras contra esse mesmo Estado escravagista, morre e se transforma em um mártir. O manifesto nacional do Movimento Negro Unificado (MNU), de novembro de 1978, designa a

data como Dia Nacional da Consciência Negra. A referência é a data da morte do líder Zumbi, do Quilombo dos Palmares, em 20 de novembro de 1695. Vale destacar que, ainda na década de 1970, o Dia se transformou em Semana, com atividades de diversos ativistas dos movimentos negros.

Para Oliveira Ferreira da Silveira (2003), o Vinte de Novembro trata-se de um marco divisório no período pós-abolicionista e na formação dos movimentos negros. No texto em citação, o autor apresenta uma cronologia e os conteúdos das manifestações que descrevem desde os atos do Grupo Palmares (em 1971) às ações em 1988, “a partir do espaço no texto da Constituição para o grupo étnico afro-brasileiro, remanescentes de quilombo e legitimação de suas terras, institucionalização, ONGs (organizações não-governamentais), Fundação Cultural Palmares” (SILVEIRA, 2003, p. 40).

No canal Muro Pequeno como no Nátaly Neri Afros e Afins, em 2015, há demonstrações de gramáticas de movimentos sociais e/ou acadêmicas que são descoladas e reinseridas em contexto midiático comercial e digital, no qual, pode-se inferir um empreendedorismo de si ao construir uma imagem (ou marca?) de sujeito que se projeta como alguém que quer se desconstruir.

Uma vez apontadas as “desconstruções”, passo para a análise do próximo canal que poderia ser lido como ‘pouco desconstruído’. Digo isso a partir do acompanhamento do no canal “10Ocupados”, de modo geral, mas também pelos 48 vídeos postados em 2015. O ano é iniciado com a postagem do vídeo “Vamos Conhecer a Cidade” (72º vídeo do canal, publicado em 2 jan. 2015) até “Retrospectiva 2015” (120º vídeo do canal, publicado em 31 dez. 2015). Como descrito no capítulo anterior, o canal é pensado e produzido por um grupo de atores negros e baianos. Nos vídeos, eles se tratam por “negão” e “viado”, embora não sejam homossexuais. A construção do humor é falocêntrica, com algumas exceções que, na maioria das vezes, trazem o subtítulo “tempos de infância” em que o falo não é tão central (mas sempre aparece discursivamente). Acionam também o estereótipo do “boy” (menino-garoto)<sup>108</sup>, o que faz sentido pela proposta do canal que é falar sobre os “tempos de infância”, que deu nome inclusive a uma peça de teatro, a saber: “Os 10ocupados em tempos de Infância”. Transitam entre a estereotipagem da hipermasculinidade, na qual a negritude masculina ou a masculinidade negra é eclipsada. O homem negro ‘vira um membro’, “ele é pênis”(FANON,

<sup>108</sup> E transitam entre os estereótipos de “malandros” (*coons*) ou “pequeninos” (*pickaninnies*), cujas características são “[...] Olhos arregalados, os animadores de pastelão, os criadores de histórias mirabolantes, os ‘pretos inúteis’, aquelas criaturas sub-humanas, suspeitas e loucas, preguiçosas, que não servem para nada a não ser para comer melancia, roubar galinhas, atirar lixo ou massacras a língua inglesa.” (BOGLE, 1973, p. 7-8 *apud* HALL, 2016, p. 177).

2008, p. 146) e do “boy”, em que o ‘homem negro não pode ser levado a sério, é uma criança’. Apreendidos pela estrutura binária do estereótipo dividida entre os opostos (“criança” e “macho”), “[...] podem ficar presas na armadilha do estereótipo, confirmando-o inconsciente pela própria forma com que tentam opor-se e resistir.” (HALL, 2016, p. 199).

Assim sendo, se por um lado há um trânsito entre os estereótipos da supermasculinidade, eclipsando o homem negro em seu pênis ou seu oposto ‘apenas crianças’, por outro fazem surgir uma terceira via que é ‘a permissão de representar a infância que foi vivida com momentos felizes’, ‘crianças negras, soteropolitanas de bairros periféricos e empobrecidos que encontram nas brincadeiras de rua uma sociabilidade que as toma como crianças’. Posto que, como já demonstrado, a desumanização da pessoa negra é iniciada ainda na infância.

Arrematando, os vídeos “Big Pobre Brasil”, com os episódios 1, 2, 3 e 4, publicados respectivamente em 4 fev., 6 fev., 11 fev. e 13 fev. 2015, fazem uma paródia com o *reality show* Big Brother Brasil. As paródias vão desde a vinheta de abertura às formas de sociabilidade com fofocas, discussões entre os confinados, um apresentador e “provas”. Como o título sugere, deslocam a questão de classe e fazem uma versão do *reality* com pessoas pobres, em uma casa típica da periferia soteropolitana. Ressalto que, como em outros vídeos, há tentativa de humor em frases como “fulano é fiscal de rola” ou “o cara empresta o cu a juro”, ditas ao personagem Aldamem (Aldair), que, inclusive na vinheta do “Big Pobre Brasil”, aparece a frase que o identifica como: “Parece mais não sou”. Sobre isso, valho-me de Possenti (1998 *apud* FERREIRA; SOARES, 2017), quando afirma que as piadas são construídas sobre temas que são socialmente controversos e são apresentadas as características estereotipadas do tema a fim de fazer rir. É, por isso, que se constituem um material importante para apreender a circulação de manifestações culturais e ideológicas. Voltarei a esse ponto mais adiante.

O ano de 2015, para três dos cinco analisados, foi o “ano de estreia”. Identidades foram a pauta, como as formas de cuidar do cabelo, o maquiar-se, o ser ou não favorável às cotas raciais, a construção do gosto, o colégio como um trauma e a infância. O último tema recebe retratações diferentes, pois é, ao mesmo tempo, um momento de encontro com a desumanização, racismo, preconceito e também idade de brincar, de rir. Olhando com as lentes do circuito de cultura (DU GAY *et al.*, 2015), é possível inferir que, a partir do *consumo* (de vídeos) e *identificação* devido a *representação* e *significação* dos mesmos (potência de dizer algo a outras pessoas – um “espetáculo do eu?”), começaram a *produzir* articulando, dessa maneira, os processos anteriores. A *regulamentação* passa a ser entendida nos próximos anos, pois todos os youtubers se profissionalizam, passam a ser “parceiros”,

mas a ideia de ser um(a) “produtor(a) de conteúdo” como ocupação ou profissão remunerada parece fazer parte apenas do horizonte dos “10Ocupados”. Dito isso, caminhemos para 2016.

#### 4.2 “EMPODERAMENTO VENDE!”: 2016

O ano de 2016 encerra um ciclo da política brasileira com o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, um momento temeroso e com muitas manifestações de rua. No Rio de Janeiro, elegeram tanto Marielle Franco (PSOL) e, em São Paulo, Fernando Holiday (Democratas) (representação política em espectros diferentes). O ano também marca o início da profissionalização dos canais “Muro Pequeno”, “Gabi Oliveira” e “Nátaly Neri”, que passa a ser “Nátaly Neri – Afros e Afins<sup>109</sup>”. Esses são alguns dos canais assessorados pela ‘primeira agência voltada para youtubers negros’, a Côrtes Assessoria, presidido pela empresária Egnalda Côrtes<sup>110</sup>, que além dos nomes citados, também tem como clientes “[...] Tati Sacramento, Maira Azevedo, Jacy Juli, PhCôrtes, Samuel Gomes, Valtinho Rege, Erika Ribeiro, Tati Sacramento, Luci Gonçalves, Natalia Romualdo e Maristela, Biel, Ramana Borba Samocreia, AD Júnior, Spartakus Santiago e Patrícia Ramos” (NASCIMENTO, 2017b). Em entrevista à “Revista Trip”, Egnalda conta que o trabalho foi rapidamente reconhecido e, ainda em 2015, foi uma das 15 mentoras de aceleração de negócios de canais da Google.

Abrindo os trabalhos de 2016, um ano de pouco riso, o canal “10Ocupados” seguiu com seu propósito de fazer rir. Produziram 50 vídeos, começando com o “Mega da Virada”, publicado em 8 jan. 2016 e finalizam o ano com “Retrospectiva 2016”, publicado em 30 dez. 2016. Os vídeos, além dos esquetes “Tempos de infância” (com briga de irmãos, brincadeiras de infância etc.), trouxeram temas como autoescola; briga de vizinhos; churrasco na laje; eleições (vote tonelada e “época de eleições - visão do eleitor”); festa de São João e três especiais: “Especial 3 anos de 10ocupados”, publicado 27 jun. 2016; “Cobertura Bahia Tube P.D.C. ep. 16 (Bahia Tube)”, publicado 18 jul. 2016, e “Especial 1 milhão de inscritos (desafio do manequim)”, publicado 18 nov. 2016.

<sup>109</sup> Com o vídeo “Afros e Afins - Apresentação e programação”, publicado 12 abr. 2016, reinterpreta o canal ao público. Com o vídeo “Relacionamentos abusivos, metas e 2020 - Maquia e Fala”, postado em 9 jan. 2020, o nome volta a ser “Nátaly Neri”.

<sup>110</sup> A empresa de Egnalda fora aberta em 2015. Antes, além de experiências no mercado corporativo, Egnalda se dedicava a casa e aos filhos. Pedro Henrique, seu filho mais velho, um adolescente de 14 anos (em 2015 – 19 em 2021), queria criar um canal falando de “heróis negros”. Então, passou a fazer pesquisas e elaborar um roteiro, e, assim, criaram o canal “PH Côrtes”, que em 2021 tem 290 vídeos, 33,2 mil inscritos, 789 mil visualizações, Channel Type Entretenimento e Total Grade C+. Ambos participaram da edição “YouTube Negro” (2016) e PH Côrtes também participou do “*YouTubeBlack* Brasil” (2017). Egnalda Côrtes recebeu, em 2017, o prêmio “Jornalistas e Mulheres inspiradoras”, do Think Olga, e foi convidada para ser curadora do Social Media Week (evento publicitário), em 2018 (ITO, 2018).

O canal publicou cerca de um vídeo por semana, com 9 minutos (média) cada. Nos vídeos especiais, os “10Ocupados” apresentam que ‘mesmo sendo de brincadeira’, é trabalho e ‘dá trabalho’ (“Especial 3 anos de 10ocupados”). O que chamou a atenção foi a representação do universo da escola. Os atores retrataram, em alguns vídeos, o momento de volta às aulas, matando aula, brincadeiras do ‘tempo da escola’ sem abordarem o racismo. O que leva a questionamentos como: foi uma opção para que os vídeos tivessem foco no divertido? Ou, na Bahia, um dos estados mais negros do Brasil<sup>111</sup>, as experiências de racismo vivido por crianças negras nas escolas seriam menores?

Da ‘Bahia que não me sai do pensamento’ à Bahia discutida por Donald Pierson (Branços e pretos na Bahia: estudo de contato racial) ou à “Capital Iorubana das Américas”, de acordo com a declaração feita pelo rei Ooni Adeyeye Enitan Babatunde Ogunwusi, de Ile-Ife, cidade localizada no sudoeste da Nigéria<sup>112</sup> (BAHIA, 2018), deixa esses questionamentos feitos acima sem resposta. O fato é que a retratação dos esquetes dos “10Ocupados” não traz retratações das experiências de racismo vividas no ambiente escolar.

Em 2016, o canal “Etnia Brasileira” não publicou nenhum vídeo. Já o “Muro Pequeno” publicou 39 vídeos, começando com “O caso do vestido”, publicado 5 jan. 2016 e finaliza o ano com “Que a gente possa encontrar amor”, publicado 24 dez. 2016. Os temas foram gênero e sexualidade, questão racial, produção cultural produzida por artistas negro(a)s, ser LGBT e cristão, campanha para comprar uma câmera nova e participação de outra(o/e)s youtubers, como, por exemplo: Gabi Oliveira (canal Gabi Oliveira - De Pretas); Ravena Creole (Drag-se); Joely Nunes (Afrontay) e Jéssica (Canal das Bee).

O vídeo que abre os trabalhos do ano fala sobre o caso de Bruno Gagliasso que postou, no dia 4 de janeiro, em seu perfil no Instagram, uma foto em que estava com um vestido vermelho. Os comentários foram desde “Bruno está defendendo a causa LGBT” à “está querendo roubar lugar de fala”. Entretanto, o ator estava vestido para ir em uma festa cujos trajes deveriam ser daquela forma (homens vestindo roupas lidas como roupas para mulher e vice e versa). O vídeo demonstra um ponto do perigoso léxico “lugar de fala”, discutido pelo professor Richard Miskolci (2021). O “lugar de fala” é uma expressão que traz associações

---

<sup>111</sup> Conforme dados do Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) (IBGE, 2019), a Bahia tem a segunda maior população de pretos (logo abaixo de São Paulo, em números absolutos, posto que é o estado mais populoso do país). Ademais, é também o segundo estado com maior população de pessoas autodeclaradas negras (pretos e pardos) que, em 2018, eram 81,1 % da população da Bahia (11,994 milhões de pessoas). O estado com a maior população negra, em 2018, era Amapá, com 81,3 %, entretanto 74,3% se autodeclaravam pardos (IBGE, 2019).

<sup>112</sup> As reportagens sobre a visita do rei Ooni Adeyeye Enitan Babatunde Ogunwusi afirmavam que foi o Estado que aderiu de forma pioneira às ações da Década Internacional Afrodescendente (2015-2024).

conotativas como o “cancelamento” e a “vigilância violenta” para quem ainda não aprendeu o novo vocabulário (PELÚCIO; DUQUE, 2020; PELÚCIO *apud* ANJOS; CAMARGO; LIMA E SILVA, 2021).

Em um discurso paralelo, o vídeo “O mundo tá chato (mas já faz tempo)”, publicado em 22 mar. 2016, o youtuber fala sobre as problematizações que os ‘chatos’ fazem de piadas contadas e que, por isso, teriam perdido o senso de humor. As piadas são risíveis porque tratam de temas socialmente controversos e a ‘deixa’ para o riso está justamente no que é resgatado da experiência de quem ri sobre o tema. Via de regra, é um tipo de representação que aciona estereótipos e os trata de forma jocosa (POSSETI, 1998 *apud* FERREIRA; SOARES, 2017).

Na esfera pública técnico-midiatizada, há um entrelaçamento do “lugar de fala”, da “problematização” e do “politicamente correto”, cuja interpretação desse último é ressemantizado em pólos sociossemântico opostos. Para Miskolci (2021, p. 56), não há consenso sobre o conceito da expressão:

[...] termo [politicamente correto] que emerge em reação às políticas das diferenças ora designando algo positivo, ora, mais frequentemente, algo negativo. Segundo os dados que colhi durante a pesquisa, ao observar embates nas redes sociais entre 2017-2019 o ‘politicamente correto’ adquiriu dois significados antagônicos no Brasil contemporâneo. Sob a perspectiva da defesa das diferenças e das demandas de igualdade, caracterizaria o respeito e o tratamento justo de grupos historicamente subalternizados. Na perspectiva dos que se opõem a essa diligência, seria a imposição de ‘minorias’, a demanda por ‘privilégios’ ou, ainda, sinônimo de censura ou ataque a valores que partilham.

A expressão “politicamente correto” seguiu uma tendência de circular dentro de uma lógica “[...] de que desigualdades e injustiças poderiam ser atenuadas – e/ou reconhecidas – por meio de mudança de atitude e de vocabulário, o que na esfera pública técnico-midiatizada, disseminou práticas punitivistas [...] com saldo aparentemente mais favorável para os conservadores.” (MISKOLCI, 2021, p. 57). Ademais, a vigilância e práticas punitivistas acarretaram uma “estética da lacração”, escracho, cancelamento, de maneira que:

A vigilância comportamental e ideológica que conservadores chamam de ‘politicamente correto’ é uma tática que aposta em transformações individuais, como se mudanças no vocabulário e nas atitudes tivessem poder de mudança social, incentivando vigilância comportamental generalizada e, conseqüentemente, gerando conflitos e polarizações. Em vez do convite ao diálogo e ao engajamento em lutas que poderiam ser coletivas, delimitaram-se monopólios de fala que definiam o poder de proferir julgamentos de superioridade moral. Em lugar de se demandar justiça social, espalhou-se a prática da denúncia, do escracho e do cancelamento visando – consciente ou inconscientemente – a vinganças. Nossa sociedade historicamente punitivistas incorporou as reivindicações de reconhecimento em violentas disputas morais que terminaram para favorecer seus opositores e adversários. (MISKOLCI, 2021, p. 76)

Os “problematizadores” do meio digital seriam sujeitos que fazem uma espécie de vigilância e julgamento de práticas e discursos (incluindo piadas). Seriam os defensores do “politicamente correto” e que, nas plataformas, reivindicariam mudança no vocabulário que reconhecesse discursivamente as diferenças e as demandas de igualdade. Vale destacar que: “[...] enquanto os defensores da diferença evocaram o Estado e a legislação como instâncias reguladoras, os opositores defendiam a moral e a ordem familiar.” (MISKOLCI, 2021, p. 57). Mas, a forma de fazer não era (é) das mais gentis e pedagógicas, pelo contrário, o escracho e o cancelamento davam (dão) o tom das ações.

Retomando a fala do vídeo, o youtuber, que está dizendo que ‘o mundo está chato’ para os opositores do “politicamente correto”, ressalta que ‘sempre foi chato para negros, homossexuais, pobres, gordos etc., todos os corpos e experiências dissidentes’.

Já no vídeo “Sobre a Minha Consciência Negra”, 20 nov. 2016, o youtuber fala sobre o que descreve como ‘processo de tomada de consciência da sua negritude’ e explica que ‘por ser um homem negro de pele clara em uma sociedade racista, houve um afastamento social do ser ou tornar-se negro’. Afirma estar entendendo o que é ser gay, negro, vindo do Nordeste e como esses marcadores sociais da diferença o impactaram ao longo da vida. Deste vídeo, destaco novamente o “show do eu”, que estrutura o “tornar-se youtuber”, influenciador digital, onde expor suas questões, dia a dia, descobertas e frustrações é fundamental para gerar engajamento, ampliar e manter os seguidores. É possível inferir que há uma estética de narrativa terapêutica e que se aproxima da autoajuda, uma vez que a identidade negra é empreendida dentro dos parâmetros propagandísticos comuns ao meio digital.

Foi também em 2016 que Murilo informa que teve o primeiro contato comercial para o canal “Muro Pequeno” (processo de profissionalização), apresentado no vídeo “Menos rótulo, mais diversidade #NaoAoRotulo”, publicado no dia 12 jul. 2016, em que fala do convite da empresa Nextel para uma campanha publicitária. Além disso, vale mencionar que ganha o prêmio “Antonieta de Barros – Jovens Comunicadores Negros e Negras” (mencionado no capítulo anterior).

A youtuber Gabriela Oliveira, do canal “Gabi Oliveira - DePretas”, também ganhou o mesmo prêmio e foi uma das convidadas para participar do evento *Afrolatino Digital Youth Initiative*, em 2016. No canal, nesse ano, foram postados 21 vídeos e foi o único canal, entre os analisados, que teve como pauta direta o *impeachment* presidencial, chamando-o “Que golpe? | Papo DePretas”, publicado em 2 set. 2016, no qual afirma que a população negra é sempre golpeada, então o que significaria mais esse golpe?

O primeiro vídeo postado em 2016 é “Qual é o seu tipo de cabelo? Venha descobrir! | DePretas”, publicado em 4 jan. 2016, e finaliza o ano com “Meu Crespíssimo | DePretas”, publicado em 30 dez. 2016. Os temas continuam sendo cabelo, mas também a solidão da mulher negra; afroempreendedorismo (entrevista com Ana Paulo Xongani – que também aparece no canal “Nátaly Neri - Afros e Afins”, em 2016); o que é privilégio; o branco é o normal; maternidade e parto humanizado (entrevista com Xan Ravelli, canal “Soul Vaidosa”, e Ana Paula Xongani e outro com Sá Ollebar); entrevistas com Murilo Araújo (ser negro e gay), com Nátaly Neri (tipos de militância), Tati Sacramento (ser *fitness*); ninguém nasce racista; cotas raciais; como também indicações de filmes, series e livros (com personagens, escritores, diretores negros).

No vídeo “Cotas raciais: sim ou não? | Papo DePretas”, publicado em 3 fev. 2016, a youtuber fala sobre sua mudança de opinião sobre as cotas raciais, pois antes era a favor de cotas sociais e não raciais. Explica que passou a entender que o Estado brasileiro possui uma dívida histórica com a população negra. Na construção narrativa, traz uma “pergunta e resposta”, interpretada por ela mesma com óculos (quem traz o questionamento) e sem óculos (quem responde). Em um dos questionamentos, traz que as cotas raciais diriam sobre a não capacidade intelectual dos negros. Então, responde que as cotas raciais se configuram como uma medida de reparação histórica e é uma ação pontual e urgente.

Sobre o vídeo é possível apontar um letramento racial crítico (FERREIRA, 2015a, 2015b), uma gramática da agenda de movimentos negros, mas que digitalmente é exposto em uma narrativa que traz consigo a lógica da economia da atenção e “show do eu” (falar sobre o que se aprendeu para o público). Outro exemplo de letramento racial pode ser visto no vídeo “Ninguém nasce racista? | Papo DePretas”, publicado em 7 jul. 2016, no qual a youtuber fala sobre a importância de uma educação antirracista.

Já o vídeo “O plano perfeito | Papo DePretas”, publicado dia 11 mar. 2016, Gabi Oliveira fala sobre a representação de pessoas negras em telenovelas brasileiras e quais são os estereótipos acionados na novela de Carlos Manoel “Laços de família”, com um personagem negro que é médico Laerte (Luciano Quirino), ‘retratado como sem história e sem casa, é médico e só’, e Zilda (Talma de Freitas, empregada da dona Helena, personagem interpretada pela atriz Vera Fischer), que é uma empregada, sem história, sem família. Em resumo, o vídeo está falando que ‘há um plano perfeito’, pois a ‘população negra não era representada, salvo em papéis coadjuvantes (e via de regra sem história, família etc.) e não haver reclamação sobre isso’.

Gabriela está falando do momento em que a novela foi reprisada no Canal Viva (canal fechado do Grupo Globo), em fevereiro e outubro de 2016. Mas, quando a novela é re-reprisada, no “Vale a pena ver de novo”, em 2020, outros diversos questionamentos sobre a telenovela povoaram a internet. Alguns desses foram elencados na matéria “Reprise de Laços de Família choca com Brasil ‘selvagem’ dos anos 2000” (FARAD, 2020).

Há uma tradição em Estudos de Telenovela, como o Centro de Estudos de Telenovela (CETVN), criado em 1992, que faz parte da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), que estudam tanto as telenovelas como as ficções televisivas de modo geral. O entendimento é que as telenovelas são um artefato cultural que, dentro do discurso midiático, fornecem elementos, constructos da realidade social, auxiliam na composição de imaginários sociais (MAIA, 2007). Assim, o vídeo de Gabi Oliveira, embora não cite ou mencione que conheça tal perspectiva teórica, deslocamentos e formas de registros distinto saio do Rio de Janeiro para São Paulo e, assim, passo para o próximo canal.

A youtuber Nátaly Neri publicou 36 vídeos, em 2016, e inicia com o vídeo “O canal continua em 2016?”, publicado em 4 jan. 2016”, e encerra com “Último vídeo do ano - placa de 100mil inscritos e obrigada”, publicado no dia 31 dez. 2016. Desse modo, ao longo de 365 dias é possível perceber um processo de profissionalização e construção de uma marca “Afros e Afins”, que é apresentada ao público em um segundo *teaser* do canal no vídeo “Afros e Afins - Apresentação e programação”, publicado em 12 abr. 2016, e “1 ano de canal + super sorteio + vídeo secreto”, publicado dia 23 jul. 2016.

O primeiro vídeo traz uma apresentação da marca, uma espécie de “*elevator pitch*” (discurso de elevador), uma fala rápida (2 a 3 minutos), na qual ‘vende-se’ a ideia de forma objetiva com os elementos: apresentação (o que e como resolve), dados que apontem o sucesso da marca e os diferenciais. Este é o primeiro passo para o *Branding* (ou *brand management* – gestão da marca). No referido vídeo, em 56 segundos, a youtuber fala sobre quem é e do que gosta, apresenta o nome do canal (que é uma síntese sobre quem é e o que quer fazer/falar), diz que o foco é falar sobre mulheres negras; conhecimento e informações ‘que podem mudar o que cerca as mulheres negras’; habilidades com costura; aprimoramento de técnicas de brechó; estética negra (foco no cabelo) e convida para segui-la em outras redes sociais on-line.

O segundo vídeo, por sua vez, fala sobre um ano de canal e lança um sorteio que terá como prêmio: tranças feitas por ela mesmo (sem custos de material e serviço); consultoria em um brechó mais cinquenta reais para gastar no referido brechó e bolsa de brechó – que irá com um caderno personalizado “Afros e Afins”; o livro “Sejamos todos feministas”, da escritora nigeriana Adichie N. Chimamanda; *post its*; caneta; brincos e uma boneca *Abayomi* feitos pela

youtuber. A participação do sorteio se dá assistindo um vídeo secreto, cujo link está na descrição sendo essa a primeira de três pistas. A pessoa que se candidatar deve fazer o percurso digital atrás das pistas que estão em outras plataformas da youtuber (como Facebook, Instagram e Twitter) – estratégias claras de marketing.

Outras características de 2016 no canal que passa a ter o nome de “Afros e Afins” é que recebe o projeto YouTube Negro, que acontece na semana da consciência negra, no mês de novembro de 2016 – como já falei sobre esse projeto, passo para os próximos. Em outubro, Nátaly vai para Londres, para participar de um curso do YouTube que faz parte do projeto *YouTube For Change* (e, em 2018, é uma das embaixadoras). Na ocasião, produz três vídeos “Afros e Afins em Londres - Youtube Summit For Social Change”, 5 out. 2016; “Mulheres Negras em Londres - Com Ana Paula Xongani e Xan Ravelli”, em 7 out. 2016; “Brechtó em Londres: tudo o que você precisa saber”, em 10 out. 2016. Mas, antes disso, em 3 de março de 2016, na semana do Dia Internacional da Mulher, a youtuber Nátaly participou de uma entrevista no canal “JoutJout Prazer”<sup>113</sup>, publicada no vídeo “Não é pra sair”, na qual fala sobre feminismo negro.

Embora o alguidá esteja cheio, é importante acrescentar duas informações. A primeira é que no primeiro *teaser* do canal, Nátaly conta que se inspirou em Julia Tolezano (canal “JoutJout Prazer”) para criar o seu, posto que Juliana aborda de maneira transversal os feminismos em seu canal. Outro ponto são dois projetos do YouTube em parceria com a ONU: “Embaixadoras da Mudança para a campanha de Ações” e “Desenvolvimento Sustentável da ONU”, que visa a igualdade de gênero e a representante a brasileira é Taty Ferreira (canal “Acidez Feminina - Taty Ferreira”, com 1,8 milhões de inscritos).

O segundo projeto é “Diretoras criativas no YouTube Spaces”, no qual as youtubers Anna Akana (EUA), Alexys Fleming (EUA), Julia Tolezano (Brasil – canal “JoutJout Prazer), Em Ford (Reino Unido), Nilam Farooq (Alemanha) e Kuma Miki (Japão) convidam outras youtubers para gravarem vídeos estilo *talk-show*<sup>114</sup>, conforme descrito no *blog* do Google no Brasil (2016) (ver Quadro 2, no capítulo 2).

Voltando ao canal “Nátaly Neri - Afros e Afins”, há, em 2016, outras participações, como no evento *Afrolatino Digital Youth Initiative* e projeto U-Report do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF-ONU), apresentado no vídeo “A juventude negra vai mudar

<sup>113</sup> O canal que existe desde 12 março de 2014, tem 524 vídeos, 2,45 milhões de pessoas inscritas, 307,6 milhões de visualizações. *Total Grade B* e *Channel Type People* tem como tema central os feminismos.

<sup>114</sup> Gênero da mídia tradicional *broadcasting* (especificamente Rádio e TV), no qual pessoas discutem diversos assuntos que são sugeridos e moderados por apresentadores, no caso, do projeto por Julia Tolezano.

o mundo - Unicef - Ureport Brasil”, publicado em 3 dez. 2016. E também no projeto “Negras do Brasil”, onde, junto com Gabi Oliveira e Luiza Brasil, participou de um bate-papo intitulado “O empoderamento feminino através da estética”. A participação no evento é retratada nos vídeos “Vou pro Rio de Janeiro! 17-04 | Negras do Brasil”, publicado em 12 abr. 2016, e “Negras do Brasil - Rio de Janeiro”, em 11 maio 2016.

O vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra”, publicado em 1 fev. 2016, é iniciado com uma arte que agradece aos 10 mil inscritos. Na sequência, a youtuber fala que ‘se trata do tema mais pedido no canal’. Assim, explica o ‘conceito de colorismo na síntese: quanto mais escuro, mais preconceito sofrerá’, e cita Alice Walker, escritora estadunidense, como a criadora do termo “colorismo”. Continua explicando o processo de embranquecimento do e no Brasil, diz ser um processo pensado a partir do Estado. Então, fala sobre ‘três estereótipos de mulheres negras, sendo: barraqueira (abordado no vídeo de Gabi Oliveira); a mãe preta (a tia Nastácia do Sítio do Pica-Pau Amarelo) e mulata exportação (não vejo melhor exemplo que o poema de Elisa Lucinda)’. ‘Sendo os dois primeiros uma representação estereotipada da mulher negra de pele escura e a mulata é a mulher negra de pele mais clara’. Por fim, Nátaly conta que nega o termo “pardo”.

Nátaly também afirma que “pardo” é uma forma de classificação do IBGE, ‘um não negro e não branco’, e que ‘ela e o movimento negro negam o pardo’. Pardo, preto, amarelo e vermelho são cores, ao passo que pardo e negro, para o IBGE, seriam uma classificação de raça e etnia negra. Nos termos da youtuber, ‘o pardo, no imaginário social brasileiro, devido ao processo de embranquecimento, seria um branco não tão branco’. “Por isso que a gente não fala pardo. Somos negras claras e negras escuras. [...] Pardo é uma forma de embranquecer também, porque pardo tira sua consciência. O colorismo faz com que a negritude fique diluída e se acaba perdendo a consciência de quem você é [...]” (COLORISMO..., 2016, 00:06:13 – 00:06:31). Por fim, aponta algumas formas discursivas de racismo, discriminação e preconceito racial.

Em quase 13 minutos as informações mesclam-se em: categorias sociais e analíticas, senso comum, termos de movimentos sociais – mas, com as ressignificações de coletivos negros universitários ou coletivos feministas universitários) com processo de auto e heteroatribuição, representação estereotipada da mulher negra (três abordagens, talvez as mais comuns e simbólicas). Diante disso, é preciso uma pausa no preparo desse ebó, olhar para os elementos que estão no alguidá e dar cabimento a outros para que o despacho (análise) faça sentido. Primeiramente, é importante ressaltar que, as informações são transmitidas conforme os parâmetros de um vídeo para YouTube (formas de *produção* que criam *identidade* e

*representação*), na lógica da economia da atenção e formato de narrativas terapêuticas, que se apropria de um léxico dos movimentos sociais, mas o faz deslocando-os.

Dito isso, afirmo que há uma vasta literatura, entretanto, para discutir esses pontos trarei quatro textos. O texto de Rafael Osório (2003) discute a construção das categorias “raça” e “cor” que teriam três métodos de identificação racial: biológico, auto identificação e heteroidentificação. Osório discute que os dois últimos são utilizados pelo IBGE e demonstra as potencias e fragilidades de ambos. No texto, o autor aponta que as:

[...] classificação de ‘cor ou raça’ empregada pelo IBGE em suas pesquisas, ao contrário do que alguns pensam, não foi inventada por burocratas, tendo mais de um século de história. [...] Nessa grande variedade de termos, três se destacavam de forma inequívoca como os mais usados: preto, pardo e branco. Assim, no primeiro Censo oficial brasileiro, realizado em 1872 esses vocábulos raciais de grande fluência social foram os designadores das categorias da classificação racial. Ressalva-se que tal escolha foi muito apropriada, pois em um levantamento dessa natureza é importante que os termos empregados tenham uso corrente e o mais disseminado possível para proporcionar maior uniformidade e confiabilidade aos dados obtidos. (OSÓRIO, 2003, p. 18).

Na história da classificação, o sociólogo acrescenta que, no segundo Censo brasileiro, realizado em 1890, o termo “pardo” fora substituído pelo “mestiço” e os seguintes ignoraram a raça, até 1940, quando a “cor” volta para Censo, como as categorias de 1872. Em 1990, é acrescida a categoria indígena. “É interessante notar que, do Censo de 1940 até o de 1991, a classificação era só de ‘cor’. Foi com a inclusão da categoria indígena, a partir do Censo de 1991, que a classificação passou a ser de ‘cor ou raça’, ganhando suas cinco categorias atuais” (OSÓRIO, 2003, p. 19).

Outro dado do texto é “o quadro de referência para a interpretação do material sobre relações raciais no Brasil”, formulado por Oracy Nogueira (1985, p. 67 *apud* OSÓRIO, 2003, p. 20), que faz uma comparação entre “preconceito de origem”, que acontece nos Estados Unidos, e “preconceito racial de marca”, recorrente no Brasil. De modo que:

Um é o tipo que vigora nos Estados Unidos, o qual Nogueira define como ‘preconceito racial de origem’. O outro seria o existente no Brasil, o ‘preconceito racial de marca’. Obviamente, a qualificação desses preconceitos como tipos ideais indica que a distinção entre eles tem fim analítico, pois, na realidade, os dois encontram-se entremeados, embora um deles tenda a ser preponderante. [...] Por outro lado, onde vige o preconceito racial de marca, a origem não importa, *apenas quantos traços ou marcas do ‘fenótipo’ do grupo discriminado são portados pela vítima potencial*. O preconceito racial de marca não exclui completamente, mas desabona suas vítimas. (NOGUEIRA, 1985, p. 67 *apud* OSÓRIO, 2003, p. 20-21, grifos meus).

Ainda citando Oracy Nogueira (1985), Rafael Osorio (2003, p. 22) traz o tema que vem sendo discutido na chave do “o colorismo”, de Alice Walker (embora, na maioria das vezes, o termo apareça separado de sua conceituação e contexto). Nas palavras dos autores, trata-se da “[...] marca principal que permite a identificação das potenciais vítimas de preconceito é a cor, para a qual existe uma espécie de escala de gradação que vai do estritamente branco (o nível ideal) ao completamente preto.”. Desse texto, já caminhando para relação como o “Paradoxo da mistura”, destaco a explicação sobre a categoria negro, no Brasil:

Esta se constitui na agregação de pessoas pretas e pardas para a formação de um grande grupo populacional, os negros, majoritário em grande parte das unidades da federação. De um ponto de vista estritamente estatístico, *apenas as semelhanças socioeconômicas entre os pretos e os pardos justificariam tal agregação*. Embora já se tenha proposto que a situação socioeconômica dos pardos seria intermediária entre pretos e brancos, outros estudos com base em evidências *empíricas mais sólidas mostraram haver nenhuma ou pouca diferença entre os dois grupos* (Telles e Lim, 1998). *Pretos e pardos distinguem-se bastante dos brancos, mas virtualmente diferem pouco entre si em qualquer indicador de situação ou posição social que se possa imaginar*. (OSORIO, 2003, p. 22, grifos meus).

A partir dessa afirmação de Osório (2003), trago para o diálogo o texto “Paradoxo da mistura” de Graziela Silva e Luciana Leitão (2012). No artigo, as autoras afirmam que “[...] diferentes grupos raciais indicam que raça é um atributo central para se compreender a produção de desigualdades sociais do país” (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 117). Em uma esteira semelhante (a discutida por Osório), as autoras apontam como que se deu a união entre pretos e pardos na categoria negros:

Na literatura sociológica, alguns autores também passaram a defender que as semelhanças socioeconômicas entre pardos e pretos permitiria uni-los em um só grupo definido pela condição socioeconômica subalterna (D’Adesky, 2001). A partir desse entendimento, *os pardos tornaram-se negros ou afrodescendentes (junto com os pretos)* em grande parte da literatura sociológica. (SILVA; LEÃO, 2012, p. 121–122, grifos meus).

Mais adiante, retomo o prefixo “afro” para designar pessoas pretas e pardas (negras) em situação de diáspora africana. Mas, por enquanto, foco no entendimento sobre o que é a população negra na literatura sociológica, no sistema classificatório do IBGE e no Estatuto da

Igualdade Racial (BRASIL, 2010b)<sup>115</sup>: a somatória entre pretos e pardos autodeclarados (embora o IBGE também mescle heteroidentificação)<sup>116</sup>. Essa união tem uma

[...] justificava teórica [que] é obviamente mais importante, pois ao fornecer uma explicação para a origem comum das desigualdades dos pretos e dos pardos em relação aos brancos, coloca os dois grupos como beneficiários legítimos de quaisquer ações que venham a ser tomadas no sentido de reverter o quadro histórico e vigente dessas desigualdades. (OSÓRIO, 2003, p. 24).

A origem comum das desigualdades é vivenciada de forma distinta, posto que os preconceitos e discriminações, no Brasil, se dão pela “marca” e pela “cor” (NOGUEIRA, 1995 *apud* OSÓRIO, 2003). Nessas distintas diferenças experienciadas pela população negra dentro da desigualdade brasileira, Silva e Leitão (2012, p. 126) complexificam a categoria “pardo” em “três diferentes formas de identificação parda: a dos negros-pardos, a dos pardos-negros e a dos pardos-pardos”. Os negros-pardos seriam pessoas que se entendem como negras espontaneamente, mas que se identificam como pardas conforme os critérios do IBGE, além da certidão de nascimento, não terem pele tão escura e;

Além do mais, um grande número de entrevistados não aceitam[*sic*] o *repertório da negritude* como tendo um significado para além da cor da pele – isto é, *recusam uma identidade cultural negra e reafirmam a ideia que negritude deve ser entendida apenas como cor da pele*. A identificação negra desses entrevistados aproxima-se da negritude sem a etnicidade descrita por Sansone (2003), uma vez que reafirmam a recusa de fronteiras simbólicas com brancos, mesmo que apresentem forte identificação como negros. (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 127).

Os negros-pardos, conforme os dados da pesquisa das autoras, também podem ser entendidos como uma identificação consciente e ideológica. Os que pertenciam a classe média apontaram que a identificação como negros se deu de forma paralela a mobilidade social ascendente, pois “[...] passaram a ter consciência de fazerem parte de uma minoria negra em um estrato social majoritariamente branco<sup>117</sup>” (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 127). Soma-se, então, um novo repertório sobre a negritude (processos de positivação frente aos de embranquecimento).

<sup>115</sup> O artigo 1, do parágrafo único e inciso IV, da Lei nº 12.288, diz que a “população negra [é]: o conjunto de pessoas que se autodeclararam pretas e pardas, conforme o quesito cor ou raça usado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou que adotam autodefinição análoga” (BRASIL, 2010b, texto digital).

<sup>116</sup> Sobre auto e heteroidentificação, o texto de Osório (2003) demonstra como que há semelhanças estatísticas nas respostas. Isto é, mesmo que os processos metodológicos sejam diferentes, as respostas se aproximam bastante.

<sup>117</sup> Além disso, “a experiência desses incidentes está diretamente ligada à identificação como negros, uma vez que muitos entrevistados afirmam que, apenas quando ascenderam socialmente e passaram a perceber a diferença e a discriminação, optaram por assumir sua negritude.” (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 128).

Os pardos-negros, por sua vez, seriam os pardos quase negros, isto é, se identificam como pardos, mas ao refletirem sobre as experiências de injustiça, racismo e discriminação a identificação passa para “negro”, como na fala de uma pessoa entrevistada que diz que “[...] É só ter uma pessoa mais clara que ela que ela vai se sentir negra [encarregado de serviços gerais, 51 anos]” (SILVA; LEITÃO, 2021, p. 128). Assim, tem-se que as referências de negritude são sociais e raciais para esse grupo.

Em suma, para o grupo de pardos-negros, ser pardo está relacionado com a cor da pele, o registro da certidão de nascimento, ou ter um dos pais brancos – é quase *um fato objetivo*. Ser negro, por sua vez, *está associado a ser discriminado e a reconhecer os episódios de discriminação racial*. É exatamente a ausência do reconhecimento da discriminação racial que separa o grupo de pardos-negros do próximo grupo que identificamos, os pardos-pardos. (SILVA; LEITÃO, 2021, p. 128, grifos meus).

O reconhecimento de discriminação racial, sobretudo das modalidades “sutis”<sup>118</sup> do racismo brasileiro, demandam de um letramento racial crítico (FERREIRA, 2015a, 2015b) o qual se dá também em processos de educação formal e/ou participação em movimentos coletivos.

Os pardos-pardos, por seu turno, são pessoas que se compreendem na mistura racial brasileira e se identificam como pardas devido ao que consta na certidão de nascimento<sup>119</sup>, mas possuem certa resistência à identificação como negras, o que, segundo Silva e Leitão (2012, p. 129-130), “[...] pode ser interpretado como um suporte para a tese sobre a alienação dos pardos presente na literatura.”. Outra característica é a não “[...] percepção de que não sofrem discriminação racial.” (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 130).

Dessa maneira, entre os dois primeiros grupos (negros-pardos e pardos-negros), a discriminação racial é um ponto central e “[...] muitas vezes a discriminação racial se sobreponha à socioeconômica”, sendo a “[...] a percepção da discriminação social que une os três grupos” (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 130). Resumindo:

Através de entrevistas é impossível dizer se a ausência de relato sobre *discriminação racial se deve a uma falta de consciência ou à hegemonia do repertório sobre diferenças de classe no Brasil*. O que nossos resultados ilustram é que a identificação *como e com os negros está diretamente ligada à percepção da discriminação racial*.

<sup>118</sup> Sutis é um eufemismo, pois o racismo, discriminação e preconceito produzem traumas, desigualdades sociais, entre outros fenômenos, mas passam a ser lidos como “microagressões” (termo do professor Derald Wing Sue), por se viver em uma sociedade que elimina (mata, encarcera, silencia) corpos dissidentes.

<sup>119</sup> Momento em que o registro não é autoatribuído, por motivos óbvios. “Em registros administrativos, raramente são empregadas formas mistas de identificação da pertença racial. Nos registros de nascimentos ou de óbitos, por exemplo, a cor dos sujeitos classificados é sempre definida por heteroatribuição, por motivos óbvios. Em cadastros nos quais o próprio interessado é o responsável pelo fornecimento da informação, a raça é normalmente definida por auto-atribuição[*sic*]” (OSÓRIO, 20003, p. 12).

Neste último grupo de pardos-pardos, a ausência dessa percepção parece levar os entrevistados a priorizarem as fronteiras socioeconômicas e, em alguns casos, a negarem as fronteiras raciais. (SILVA; LEITÃO, 2012, p. 130, grifos meus).

Avançando na discussão dos textos que trouxe para o alguidá é possível inferir que é comum a confusão (e disputas) em torno do termo/categoria “pardo”, seja em suas nuances, compreensão após a mobilidade social ou ‘tomada de consciência’ ou como relatados em pesquisa anterior feita pela Folha de São Paulo e que aparece no artigo de Osório (2003, p. 30):

Em entrevista aos repórteres do referido jornal [Folha de São Paulo], uma técnica em demografia do IBGE dá declarações desconcertantes: *‘O termo pardo é um verdadeiro saco de gatos. Tudo o que não se enquadra nas outras categorias é jogado lá dentro. É a lata de lixo do Censo.’* (apud RODRIGUES, 1995, p. 32, grifos meus).

A ‘lata de lixo do Censo’ que, conforme a pesquisa de Silva e Leitão (2012), ainda pode ser subdividida nas três identificações “negros-pardos”, “pardos-negros” e “pardos-pardos”, e o ritual da experiência racial pela discriminação e preconceito. Na literatura, encontramos em Fanon (2008) a fala de uma criança que o fixa: “Mãe, olha o negro”; em Du Bois (1999), é a experiência da “dupla consciência” de ser ao mesmo tempo estadunidense e negro.

O pensamento de Luiz A. O. Gonçalves (2010, p. 16), por sua vez, discute os esforços dos movimentos negros urbanos que buscaram “[...] interferir no sistema de classificação racial brasileiro: ‘de homens de cor a pretos’, ‘de pretos a afro-brasileiros’; ‘de afro-brasileiros a negros’, ‘de negros a afros-descendentes’, e assim por diante.”. Na construção argumentativa Gonçalves (2010) fala da trajetória de Alberto Guerreiro Ramos (sociólogo e político), que narra em alguns escritos que os “[...] problemas de não-aceitação e de descarada exclusão começam para os negros, no momento que ousam entrar no mundo da superestrutura, ou seja, no mundo dos brancos, feito pelos brancos.” (GUERREIRO RAMOS, 1996 *apud* GONÇALVES, 2010, p. 18). Guerreiro Ramos também reivindica a produção de uma Sociologia que dê conta da realidade dos negros, a partir do olhar dos próprios negros. E, nesse ponto, costuro com “Quem negro foi e quem negro é”, texto de Valter R. Silvério (2018) que aponta que na literatura faltavam teorias que abarcassem as múltiplas experiências sobre o que é ser uma pessoa negra. Dessa maneira, propõe uma ampliação das categorias desde a Sociologia Clássica à contemporânea, essa última ancorada no termo “transnacionalismo negro” que passa pelo “atlântico negro”, “sistema atlântico”, “diáspora africana” ou “diáspora negra”. O transnacionalismo se contrapõe ao nacionalismo (fundante e fundado pela e na modernidade) e é suturado às redes transatlânticas que tecem novos regimes de representação. Nessa perspectiva, a palavra “negro” possui diversos significados, a saber:

[...] representa para muitos um momento fundamental da política negra no interior dos estados nacionais formados na segunda onda, refletindo tanto os obstáculos à integração dos descendentes de africanos quanto permitindo a leitura das estratégias de luta desenvolvida pelos movimentos sociais e indivíduos racializados desde a segunda metade do século XIX.

Todavia, o que a ampla literatura sobre o tema sugere é que tem ocorrido um deslocamento de *um paradigma da ausência para um paradigma da agência*, proporcionando especialmente pelos estudos subalternos indianos, os estudos culturais, os estudos pós-coloniais e os estudos decoloniais. (SILVERIO, 2018, p. 280-281, grifos meus).

Em disputa, sem um claro consenso, o termo/categoria “negro” se faz (tal como representação) um significante-encruzilhada, pois pode ser para significar ‘pessoas de pele escura’, em situação de diáspora africana, junção de pretos e pardos no Brasil, com conotação semântica próxima à afrodescendente, dentre outros. Além disso, outro termo que tensiona é ‘pardo’. Arrematando, não é estranho que a pauta esteja presente nos discursos de Nátaly Neri, Murilo Araújo<sup>120</sup> ou Livia Zaruty e que tragam tensões sobre a categoria “pardo” ou “negro”, isto é, estão em seus respectivos canais construindo representações que são orientadas pela realidade e discurso social que as(os) envolve. Afinal, ‘pardo’ ou ‘negro’ possuem significados que deslizam sobre si, são termos políticos, identitários e estão em discussão e disputa. Assim, torna-se objeto desta pesquisa de doutorado quando passam a ser debatido dentro e a partir da estética da esfera pública técnico midiaticizada, produzida por jovens que se autodeclaram pessoas não-brancas (e a autodeclaração varia entre negros ou pretos). Nátaly, Murilo e Gabriela possuem idades semelhantes, passaram (ou estão) na universidade, em um momento pós-Lei de Cotas e de ascensão dos coletivos negros universitários. Neste caso, é possível depreender que esse conjunto de questões sócio-históricas informam a construção dos temas e embocadura dos discursos desses(as) youtubers.

Por fim, o vídeo que dá nome à subseção: “Empoderamento Vende!”, fora publicado em 28 jul. 2016, no canal Nátaly Neri – Afros e Afins. A youtuber fala sobre a forma que o capitalismo se reinventa ao incorporar a crítica, no caso, sobre exclusão de mulheres e de pessoas negras. Para explicar, recorre a Teoria Crítica de Adorno e Horkheimer – Indústria Cultural – e faz uma síntese: ‘é legal que as marcas pensem em minorias, mas as peças publicitárias não estão na TV (local onde a maioria das pessoas consomem discurso midiático), usam termos como *Girl Power* e não feminismo, e se falam de feminismo não é o feminismo

---

<sup>120</sup> Embora não tenha analisado em 21 jan. 2016, Murilo Araújo publica em seu canal “Muro Pequeno” o vídeo “Branco demais pra ser preto, preto demais pra ser branco”, no qual diz que é apontado como “branco demais para falar sobre racismo”. Além da discussão racial, o vídeo traz a expressão “lugar de fala” como norteador do discurso.

negro ou trans-feminismo’. Diz ainda que as empresas não tomaram uma ‘sopa de consciência’, uma vez que o objetivo delas é vender. E caminha para conclusão:

As empresas não estão falando de feminismo? O que mais você quer, minha filha? Aí eu digo uma coisa, gente, *o racismo não vai parar de existir quando negros estiverem na novela, ou quando negros estiverem nas capas das revistas, as opressões não vão ser superadas na sociedade capitalista*. Porque a sociedade capitalista só se mantém porque a premissa principal é existir desigualdade. [...]. Se esse sistema se perdurar a gente ainda merece ao menos que as futuras gerações possam crescer sem o ideal de Barbie, loira e branca, como o único existente. Como diz a genial, ativista, escritora Joice Berth: [...] A gente não quer representatividade, a gente quer proporcionalidade. (EMPODERAMENTO....., 2016, 00:05:02 – 00:05:45).

São tantas as camadas que compõem e orientam o dito no trecho acima transcrito que, mesmo no risco de deixar escapar muitas, deslindo algumas. Parece-me que há o entendimento por parte da youtuber, que é estudante de Ciências Sociais (integra e/ou participa de coletivos universitários feministas e negros) de que o capitalismo incorpora a crítica, de modo que, as empresas veem na população negra e nas mulheres um nicho de mercado, um grupo potencial de consumidores. Outro tema é ‘que mais importante que representatividade, nos moldes que tem sido discutido nas plataformas, seria a proporcionalidade’. O terceiro tema dentro de representação é que racismo e as opressões não vão ‘terminar quando tiverem mais negros nas novelas’, com a ideia de que, em se tratando de representações, não há garantias. Desse modo, por mais que existam boas estratégias e que representatividades possam ser uma chave interessante para se pensar em disputa na mudança do regime de representações (HALL, 2016), e esse regime possibilite construções de novas subjetividades e identidades sociais, os passos não vão muito além disso. São importantes, porém, sem garantias e sem desdobramentos (imediatos). Dito isso, passo para outra questão: a “proporcionalidade”, de Joice Berth.

A arquiteta e urbanista citada no vídeo, Joice Aparecida da Silva (Joice Berth), escreveu o livro de bolso “Empoderamento” (BERTH, 2019), no qual busca recuperar a “Teoria do Empoderamento”. Ao longo de nove capítulos, faz uma historicização sobre as disputas em torno do termo, pensando a contestação social a partir da conscientização e de transformações práticas (individuais e coletivas), e também apresenta experiências que estão relacionadas ao empoderamento (feminismo negro, estética e afetividade).

Berth apresenta uma filiação à perspectiva foucaultiana de poder e, para discutir o empoderamento (dar poder a alguém), traz autoras e autores como: Angela Davis, bell hooks; Patricia Hill Collins, Paulo Freire e Srilatha Batliwala. Em resumo, o conceito é entendido como um:

[...] instrumento de emancipação política e social e não se propõe a ‘viciar’ ou criar relações paternalistas, assistencialistas ou de dependência entre indivíduos, tampouco traçar regras homogêneas de como cada um pode contribuir e atuar para as lutas dentro dos grupos minoritários. Muitas vezes, estar imerso na realidade opressiva impede uma percepção clara de si mesmo enquanto oprimido. A este nível, *a percepção de si como contrário ao opressor não significa ainda que se comprometa a uma luta para superar a contradição*: um polo não aspira a sua libertação, mas a sua identificação com o polo oposto. (BERTH, 2019, posição 105, grifos meus).

Para Berth (2019), o empoderamento tem relação com as experiências de pessoas que deslocam as dinâmicas das relações de poder e, dessa maneira, afetam o grupo. A mudança das relações e do sistema demandam, conforme a arquiteta, de que se desenvolva um “trabalho de base” que possibilite o fortalecimento de ações e representações coletivas. Contudo, afirma que, a “revolução começa com o Eu, no Eu” (LEWIS, 2014 *apud* BERTH, 2019, posição 1212). Assim, o empoderamento se daria pelo reconhecimento de um conjunto de saberes de mulheres negras e por mulheres negras a fim de fortalecer os grupos subalternizados.

Entender a autoavaliação de si mesmo e, principalmente, conseguir detectar aquilo que o sistema conseguiu adular em nós mesmos, é um ato político importante. É lavar-se de toda carga violenta e limitadora que os sistemas de opressão e dominação conseguiu implantar em nosso âmago. (BERTH, 2019, posição 1212).

Por fim, a obra indica o ‘deslocamento do olhar das questões econômicas para o empoderamento’, buscando enxergar ‘as práticas de resistência e não só para as opressões sofridas’. Como anunciado, trata-se de um livro de bolso, um ‘estudo dirigido’ para se iniciar uma discussão. A reflexão que faço é que o tema precisa ser abordado de forma mais complexa, embora cumpra o objetivo de uma coleção de livro de bolso.

Outro conceito que a youtuber Nátaly Neri cita no vídeo é o de proporcionalidade e o atribui à Joice Berth. O termo está em incluso na ideia de que não se deve “[...] esvaziar o sentido político do fortalecimento da estética nos processos de empoderamento individual que afeta o coletivo” e acrescenta que, de igual maneira, “[...] não podemos subestimar seu potencial político de apoio à reconstrução da imagem de sujeitos negros, de qualquer idade e em qualquer tempo” (BERTH, 2019, posição 1031). Dessa maneira, empoderamento, representatividade e proporcionalidade estariam articuladas, pois:

Precisamos nos ver de forma positiva, literalmente, pois essas imagens vão ressignificar o imaginário que será abalado e simultaneamente reconstruído.

O cinema, o teatro, a televisão, a moda, a música, a dança e todas as expressões artísticas serão ferramentas importantes para que isso seja colocado em prática e justamente por isso esse é um dos campos mais perversos em relação ao racismo atuante. Nesses lugares de trabalho imagético, somos sistematicamente excluídos, dando a ideia de que não existimos enquanto seres artísticos e, portanto, portadores de estética desejável ou, ainda, somos *colocados em número desproporcional em relação aos brancos e em lugares de pouca visibilidade*. Há também a representação negativa e/ou fortalecedora dos estereótipos já consolidados como do homem negro perigoso, a mãe preta, a mulata fofosa, entre outros. (BERTH, 2019, posição 1036).

Por já ter me demorado no tema (em outros momentos desse capítulo) aponto apenas que as estratégias para modificar os regimes de representação são de extrema importância, sobretudo para a população afrodiáspórica que entra na modernidade como não-humana, como o “Outro”, do lado de lá da “linha da cor” (DU BOIS, 1999), fixado na “zona do não ser” (FANON, 2008). Mas, para representações, “não há garantias” (repetição mântica).

Já sobre o conceito de proporcionalidade, além da citação, não encontrei no livro “Empoderamento” ou em outros lugares uma referência<sup>121</sup>, salvo o texto “Tokenismo e a Consciência Humana: uma prática covarde” (BERTH, 2018), publicado na plataforma Medium<sup>122</sup>, no qual diz que o conceito de tokenismo é estadunidense e fora criado em 1950:

[...] tokenismo é uma prática recorrente nos meios onde as opressões estruturais, de raça e gênero, são alvo de um trabalho crítico de conscientização e reivindicação para que grupos minoritários[*sic*] consigam acessar direitos que lhes são negados, concentrando nas mãos de poucos o que chamamos de privilégio social.

O conceito aplicado consiste em mascarar o racismo (ou machismo) promovendo uma inclusão que não segue a proporcionalidade, ou seja, beneficia apenas um pequeno grupo, com a afirmativa de que está promovendo a inclusão e trabalhando a diversidade, mas, na prática, esse pequeno grupo não representa o todo excluído, segregado e discriminado, mantendo assim as desigualdades nos mesmos índices em que se apresentam. (BERTH, 2018, texto digital, grifos meus).

Nesta esteira argumentativa, a autora afirma que a “[...] representatividade, quando não atende a lógica da proporcionalidade é falsa e não atende (a) o principal propósito a que se

<sup>121</sup> No lattes da autora, atualizado em agosto de 2020, não encontrei um texto que fizesse referência ao termo. Busquei também se havia alguma citação (do texto em outros artigos, pois talvez estivesse entendido errado) e, nesse escarafunchiar nas bases, encontrei a citação “Como diz a pesquisadora Joice Berth, a questão, para além de representatividade, é de proporcionalidade”, em o Pequeno Manual antirracista, de Djamilia Ribeiro (2019, posição 261-266), e no texto “Indústria Cultural e o empoderamento da mulher negra”, de Isabel Ferreira Freitas, Darlan do Nascimento Lourenço e Anderson de Alencar Menezes, apresentado no XXIV Encontro de Pesquisa Educacional do Nordeste - Reunião Científica Regional da ANPEd (2018), GT17 - Filosofia da Educação, citando o livro “O que é Empoderamento”, na edição de 2018, a qual não tive acesso.

<sup>122</sup> Plataforma digital para publicação de texto, podendo conter imagens, *links* para *podcasts*, vídeos e outros elementos intertextuais, aproxima-se de um Blog e fora criado em 2012, pelo co-fundador do Twitter, Evan Williams.

dispõe: diminuir a marginalização de sujeitos pertencentes a grupos minoritários” (BERTH, 2018, texto digital). Após deparar-me com essa descrição, fui buscar outros textos a fim de compreender o que seria a Teoria do Tokenismo. Encontrei uma dissertação “Mais é melhor! mulheres no conselho de administração e a divulgação de responsabilidade social corporativa relacionada a gênero”, na qual Larissa Karoline Souza Silva aponta que:

A Teoria da Massa Crítica afirma que ao menos três mulheres são necessárias para influenciar a forma de trabalho do conselho de administração, de modo a afetar a dinâmica e processo que ocorrem entre os membros do conselho (ERKUT; KRAMER; KONRAD, 2008; KONRAD; KRAMER; ERKUT, 2008). Enquanto a Teoria do Tokenismo trata sobre quatro grupos minoritários, com proporções variadas de indivíduos, nos quais o aumento dos sujeitos dos grupos minoritários torna possível a formação de coalizões que afetem a dinâmica do grupo (KANTER, 1977b, 1977a)<sup>123</sup>. (SILVA, 2020, p. 17).

As discussões tanto da dissertação em citação como do trabalho de Kanter se dão no campo da performance social corporativa. A socióloga Rosabeth Moss Kanter (1977 *apud* SILVA, 2020) toma como base teórica os trabalhos de interação social de George Simmel, que discutem como que a mudança da quantidade de pessoas altera a qualidade das relações em um grupo. Assim, a Teoria do Tokenismo discute as consequências (“benéficos” e “malefícios”) em números sobre “[...] as questões relacionadas à visibilidade dos grupos minoritários nas corporações”.

Ainda afirma que as “[...] proporções são os números relativos de indivíduos social e culturalmente distintos pertencentes a um determinado grupo (KANTER, 1977a), que é crítico na formação dinâmica da interação na vida em grupo (KANTER, 1977a, 1977b).” (SILVA, 2020, p. 31). Vale acrescentar que os grupos minoritários possuem distinções internas. Todavia, ainda assim,

[...] são considerados homogêneos no tocante a aspectos como sexo, raça ou etnia (KANTER, 1977a). Grupos enviesados ou distorcidos são aqueles onde ocorre uma tendência de um tipo de indivíduo em relação ao restante do grupo, ou seja, há uma predominância. *É o caso da presença de sujeitos dominantes e de tokens, conhecidos como símbolos.* Os dominantes conduzem o grupo e, conseqüentemente, a cultura em que este funcionará. *Já os tokens são considerados representantes da sua classe, e devido a sua baixa representatividade são denominados símbolos* (KANTER, 1977a). Se o tamanho do grupo enviesado for relativamente pequeno, as pessoas

<sup>123</sup> Os textos em referência no *apud* são: “KANTER, R. M. Some effects of proportions on group life: skewed sex ratios and responses to Token women. *American Journal of Sociology*, v. 82, n. 5, p. 965–990, 1977a.” e “KANTER, R. M. *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books, 1977b.”. Trouxe-os aqui nesta nota de rodapé para facilitar o entendimento de que não os li (e citei diretamente), assim, não estarão na lista de referências desta tese.

consideradas símbolos podem igualmente ser apontadas como sujeitos solitários, sendo o único existente no grupo. Contudo, ainda que haja dois tokens no grupo classificado como enviesado, permanece complicado estes constituírem uma coalizão que tenha a força suficiente para fazer a diferença dentro do grupo dominante (KANTER, 1977a). (*apud* SILVA, 2020, p. 31, grifos meus).

Diante do exposto, e buscando trazer o tokenismo para analisar o vídeo “Empoderamento Vende!”, no qual Nátaly diz (citando Joice Berth) que é preciso ter proporcionalidade, passo a entender os significados da ideia de que é preciso ter mais pessoas negras em propagandas, principalmente as televisivas, como também mais produtos disponíveis para pessoas negras, além de mais formas de representação midiática e que essas aconteçam em números proporcionais. De modo que, as pessoas (ou os produtos) que se colocam (ou sejam colocadas) como representantes não se transformem em *tokens* (símbolos).

As formas de análise parecem caminho de Exu. É espiralada e gira. Por isso, nessa encruza, penso ser necessário adentrar à linha que conceitua o termo representação no idioma alemão, explicado por Hanna Pitkin (2006). A autora apresenta três termos que equivalem ao conceito de representação: *vertreten*, *darstellen* e *repräsentieren*<sup>124</sup>. Frente as significações dos conceitos *vertreten* (atuar como agente para outra pessoa, com interesses privados), *darstellen* (como símbolos mesmo, isto é, colocados no lugar de uma pessoa, de um grupo; “retratar”) e *repräsentier* (atuar como agente para outra pessoa ou grupo, mas buscando o bem comum), questiono-me: o que seriam os “*tokens*” ou os “dominantes”? Há possibilidade de comparação teórica?

Pensando o campo da tese – a plataforma YouTube, no Brasil contemporâneo (2015-2020) – creio não haver um “sujeito” dominante que influencie toda a cultura do grupo. Entretanto, pelos dados apresentados no capítulo 3: premiações; convites ou seleção para participar em diversos projetos nacionais e internacionais da própria plataforma; convites para discursar na ONU ou em diversos eventos, sendo alguns inclusive organizados pelo Google; por terem se profissionalizado enquanto *youtubers* e influenciadores digitais; além de (quase) todos terem passados por uma Instituição de Ensino Superior e alguns serem agenciados por uma mesma empresa<sup>125</sup>, juntando todas essas características infiro que é possível entende-lo(a)s enquanto *um* grupo social (que obviamente possuem diferenças internas<sup>126</sup>).

<sup>124</sup> A versão da tese que fora entregue a banca possuía um capítulo teórico sobre representação, todavia o mesmo foi retirado e será transformado em uma publicação a parte, desta forma, os parágrafos são uma síntese da primeira parte da discussão teórica.

<sup>125</sup> Relembrando, Gabi Oliveira, Nátaly Neri e Murilo Araújo são alguns do(a)s youtubers negro(s) agenciados pela empresa “Côrtes Assessoria e Agenciamento”, de Egnalda Côrtes, como trouxe no início desta subseção.

<sup>126</sup> Gabi Oliveira, Nátaly Neri e Murilo estão mais próximos simbólica e discursivamente; Lívia Zatury e Fernando

Por serem um grupo sem um dominante, talvez possam ser vistos como *tokens*, no sentido de serem entendidos como “representantes de sua classe” e pela “baixa representatividade são símbolos” (KANTER, 1977a *apud* SILVA, 2020, p. 31). Assim sendo, na forma como Joice Berth (2018, texto digital) pensa o tokenismo, há uma “inclusão” de youtubers negro(a/e)s, mas por não seguir uma proporcionalidade “[...] beneficia apenas um pequeno grupo, com a afirmativa de que está promovendo a inclusão e trabalhando a diversidade.”.

Nas encruzilhadas dessa ‘estrada-escrita’ penso que a proporcionalidade de pessoas negras como youtubers também pode ser pensada usando o Circuito da Cultura (DU GAY *et al.*, 2015). De modo que, a articulação entre os processos de *representação*, *identidade*, *produção*, *consumo* e *regulação* deles(delas) na plataforma sejam experienciados informados pela forma que vivenciam a negritude, a racialização e o racismo. Ora, *representação* (produção de significados), *produção* (literacidade digital e letramento racial que informe a construção de vídeos que sejam adaptados para serem consumidos em larga escala na plataforma) e *identidade* (que os discursos e a performance do/a/e youtuber, o formato e o tempo dos vídeos sejam passíveis de gerar identificação com o público) são articuladas e ao passo que vão fazendo e obtendo sucesso (seguidores, engajamento, audiência, monetização), sendo convidada(o/e)s e/ou selecionada(o/e)s para participarem de projetos da plataforma, recebendo convites para campanhas publicitárias (remuneradas) como também para darem palestras vão indicando a forma, o *modus operandi*, os elementos da cultura do grupo, assim, tornam “dominadores” (no sentido atribuído pela Teoria do Tokenismo).

Contudo, vale destacar que o “tornar-se” dominante, perante um grupo que aspira ser youtuber, seria mais informado pela cultura digital do que pelas identidades negras, ou, melhor dizendo, pela forma que experienciam as identidades negras nas plataformas digitais. Dessa maneira, o consumo dos vídeos pode ter significados de “identificação”, “indiferença”, “zoeira” (*trollers*), “ódio” (*haters*), dentre outros. Pela cultura digital de curtir (*like*), não curtir (*dislike*), comentar, compartilhar, os produtores apreendem as significações atribuídas pelos consumidores (apropriações) e vão modificando (ou não) a forma de produzir (ou abordar os temas). Já a *regulação* está na fronteira, entre as regras da plataforma, as regras do mercado (publicidade e outros) e as lógicas da economia da atenção, a partir do “show do eu”. São *tokens* o(a/e)s youtubers negro(a/e)s que já foram dominantes, entenderam e assimilaram as formas de *representação*, *identidade*, *produção*, *consumo* e *regulação* da plataforma e com os públicos, e

---

Holiday no campo político discursivo; o grupo 10Ocupados e Péricles aproximam-se como artistas (mesmo que em expressões diferentes nas artes cênicas de humor e música, respectivamente).

passam a alcançar destaque dentro e fora da plataforma (prêmios, convites, trabalhos remunerados etc.).

Finalizando, a análise do ano de 2016 demonstra que houve um processo de profissionalização do(a/e)s youtubers, houve reconhecimento dentro e fora da plataforma. Os “10Ocupados”, por exemplo, diminuíram a quantidade de piadas que seriam enquadradas como fora do “politicamente correto” e passaram a focar em esquetes de “brincadeira de criança”. Trouxeram, a partir daí, a informação por meio de suas lembranças ou a escolha do que retratar delas – o colégio não foi um “fenômeno traumático”, no sentido de ser um local onde sofreram racismo.

Gabi Oliveira, Nátaly Neri (“Nátaly Neri - Afros e Afins”) e Murilo Araújo (“Muro Pequeno”) começam a se profissionalizar, fazem viagens internacionais, passam a ser reconhecida(o)s como youtubers, receber convites de empresas para trabalhos remunerados e apontam para o público que gravar vídeos “dá trabalho” (e é um trabalho). Enquanto Fernando Holiday, que ainda não tem um canal ativo nesse momento, marcha junto a outros 22 integrantes do MBL (“Marcha pela liberdade e defesa da república do MBL”) de São Paulo à Brasília para, dentre outras reivindicações, protocolarem um pedido de *impeachment* da (então) presidente Dilma Rousseff (INTEGRANTES....., 2016; MBL ....., 2016). O grupo registrou e publicizou bastante suas ações, não apenas em seus perfis pessoais ou do MBL<sup>127</sup>, mas também dando entrevistas a jornais de grande circulação, como o G1.

Salvo a Gabi Oliveira, nenhum do(a/e)s youtubers falaram do processo de *impeachment* de forma direta. Esse fato pode ser uma camada que possibilite a “leitura” e “enquadramento” do(a)s youtubers negro(a)s como um grupo (meramente) identitário. Isto porque, a forma como os marcadores sociais da diferença é vivenciada sofre influência direta da política representativa, mesmo que em âmbito federal. Não terem discutido a política representativa federal é deixar escapar um elemento importante para articulação discursiva. Houve uma escolha em não falar sobre o processo do *impeachment* no YouTube (podem ter falando em outras plataformas, mas para a audiência do YouTube não falaram). 2016 encerrado, entremos no “temeroso” ano de 2017.

---

<sup>127</sup> O acrônimo é foneticamente muito próximo do MPL – Movimento Passe Livre que coordenou o início das manifestações das Jornadas de Junho de 2013, em São Paulo. Segundo os líderes do MBL trata-se de uma marca e não só um movimento político como é o MPL. A aproximação não é uma mera coincidência. Agora, outra coisa que me chamou a atenção é que MBL é anagrama (transposição de letras em uma palavra para formar outra palavra ou frase diferente) do acrônimo BLM (*Black Lives Matter*).

### 4.3 “YOUTUBERS NEGROS SÃO TODOS IGUAIS?”: ANÁLISE DE 2017

Desde agosto de 2016 Michel Temer estava presidente do Brasil. O ano de 2017 parecia um “2016 - parte 2, sem *plot twist*<sup>128</sup>” e ‘dá-lhe’ reformas do Ensino Médio (Lei nº 13.415) (BRASIL, 2017a) e a Trabalhista (Lei nº 13.467) (BRASIL, 2017b), não sem manifestações contrárias, como, por exemplo, a “Greve geral”, em 28 de abril de 2017. Lembro me bem desse dia por dois fatores: na véspera, fiz o lançamento do livro de minha autoria, “Do Girassol ao Capim Dourado”, no qual falo da política, dos políticos e dos símbolos do estado do Tocantins. No dia seguinte, acordei cedo e fui para manifestação, no centro da cidade de Palmas (capital tocantinense). Fui como costume ir para manifestações ‘avulsa’.

Na manifestação de 28 de abril, andei entre as tendências partidárias, os movimentos sociais, pessoal das ONGs, os coletivos universitários; e foi nesse último grupo que vi uma cena curiosa: após cumprimentar alguns aluno(a/e)s, percebi uma senhora branca, de meia idade, com camisa e boné vermelhos se aproximar deles, eram jovens majoritariamente negros e LGBTs. Ela (a senhora) estava de mãos dadas com eles cantando “Vai cair, Vai cair, Michel Temer, vai cair” até quando mudou para “As gay, as bi, as trans e as sapatão tão tudo organizada pra fazer revolução!” e, de repente, a senhora para e incrédula, solta o braço e diz: “Ah, não gente. Estava indo tão bem, por que esse negócio de gay e sapatão. Ah, não” e sai. Acompanhei com os olhos e a vi entrando na parte da Marcha Mundial das Mulheres e penso para onde ela irá quando a mulherada da marcha falar sobre o aborto? Não sei, mas faço ideia.

Em paralelo, penso na senhora de meia idade, como também no papel da esquerda política frente às pautas (entendidas como) identitárias, e lembro da “Cartomante” (composição de Ivan Lins) na voz de Elis Regina (en)cantando: “Nos dias de hoje não lhes dê motivo/ Porque na verdade eu te quero vivo/ Tenha paciência, Deus está contigo/ Deus está conosco até o pescoço.” (CARTOMANTE..., 1978, 00:01:02-00:01:21). Talvez nem o tal deus, nem senhoras brancas de meia idade usando camisa vermelha ou até mesmo a esquerda estivessem até o pescoço; um pouco antes, soltam as mãos (embora, em 2018, queiram segurar novamente com o ‘ninguém solta a mão de ninguém’). Se o Brasil pós-*impeachment* agride intelectuais, persegue artistas e vê a ascensão de grupos conservadores, no YouTube as coisas seguiam em outro tom.

Abrindo os trabalhos de 2017, perambulo pelo canal “Gabi Oliveira”, no qual foram postados 55 vídeos, iniciando com “Favoritos 2016 - tudo misturado | DePretas”, publicado em

---

<sup>128</sup> Recurso narrativo de fazer mudanças bruscas no enredo. Técnica anterior ao audiovisual, mas que ficou bastante conhecido por conta da sua aplicação no cinema.

08 jan. 2017, e finalizando com “Sobre não desejar | Papo DePretas”, publicado em 27 dez. 2017. Os temas foram: ser embaixadora Seda; estereótipos da mulher negra (globeleza, nega maluca etc.); usar ou não o Tinder (ou outros aplicativos e plataformas de relacionamento); mudança para São Paulo (morar só, cozinhar etc.); empatia entre negros e asiáticos; resenhas de filmes, séries, livros; resenhas sobre produtos para pele e cabelo de pessoas negras; a importância de fazer terapia; responde *haters* (odiadores); se sentir uma farsa; reforma trabalhista e os limites da representatividade.

O vídeo “Sou uma farsa? | Papo DePretas”, publicado em 20 set. 2017, traz a youtuber contando que o canal está com 100 mil inscritos (prêmio prata para criadores do YouTube<sup>129</sup>), e isso se faz um ‘marco’, afinal, ‘é uma certificação, um reconhecimento de ser uma youtuber’. Entretanto, no mesmo momento fora acometida por situações que a levaram a pensar que não deveria ser uma youtuber, ou de estar onde está, pois ‘não sabia se portar, falar e sua estética não era aceita’. Gabi fala que, na mesma semana, teve uma conversa com outra mulher negra, considerada bem sucedida na sua profissão e que essa pessoa havia apresentado relatos semelhantes, isto é, uma “[...] sensação de um eterno não lugar” (SOU..., 2017, 00:01:42 - 00:01:44). Na sequência, cita que assistiu um documentário sobre a Whitney Houston, no qual uma pessoa próxima a cantora disse que ‘ela era uma estrela, mas que nunca teve a segurança que precisava’.

O sentimento de ‘não pertença’ de pessoas racializadas como negras é um deslocar na ‘linha de cor’ (DU BOIS, 1999) para ‘zona do não ser’ (FANON, 2008), de ‘heróis à violões’ (HALL, 2016); à ‘síndrome da impostora’ (CARPALLO, 2017). E a sensação de que “Nada como um dia após o outro dia<sup>130</sup>” para poder refletir sobre o que se ouve desde criança:

---

<sup>129</sup> Segundo a plataforma, para receber a premiação, primeiro o canal passa por uma “Análise de qualificação”, em que “Os Prêmios para Criadores são concedidos a critério do YouTube, e apenas os criadores de conteúdo que seguem as regras se qualificam. Os canais passam por análise antes de receber esse reconhecimento. Isso significa que premiamos os criadores que têm contas em situação regular, sem avisos de direitos autorais nem violações das diretrizes da comunidade ou manipulação da contagem de inscritos, entre outros critérios”. Depois, o processo de “Reivindicação do prêmio” acontece “Se o seu canal estiver qualificado, publicaremos uma notificação no Estúdio de Criação dentro de uma semana com a informação de que você atingiu um dos marcos dos Prêmios para Criadores. Essa mensagem incluirá um código exclusivo que você precisa inserir no nosso portal de resgate. Depois disso, basta preencher os campos com o nome do seu canal e as informações de envio”. E, por fim, enviam a placa: “Depois que você enviar todas as informações, começaremos a personalizar seu prêmio. Podemos levar de duas a três semanas, dependendo de onde você mora, para gravar e enviar sua placa. Aproveite esse tempo para pensar em que lugar você quer pendurá-la” (CREATORS..., s/d.).

<sup>130</sup> Fiz uma referência ao álbum do grupo de rap Racionais MC’s, de 2002, com a música “A Vida é Desafio”, de Edi Rock. Mas o que trago – em citação direta – é uma “Introdução” que a música ganhou no álbum posterior, “1000 Trutas, 1000 Tretas”, lançado em 2006.

Desde cedo a mãe da gente fala assim:/ ‘filho, por você ser preto, você tem que ser duas vezes melhor’./Aí, passado alguns anos, eu pensei: Como fazer duas vezes melhor se você tá pelo menos cem vezes atrasado pela escravidão, pela história, pelo preconceito, pelos traumas, pelas psicoses... Por tudo que aconteceu? Duas vezes melhor como? (INTRODUÇÃO..., 2002, 00:00:13 - 00:00:52).

De Du Bois (1999) à Racionais MC’s; de Fanon (2008) à história do atleta britânico Lindord Christie – que após conquistar a medalha de ouro nas olimpíadas, é eclipsado, ‘vira um membro’, ‘um pênis’, discutido no texto de Stuart Hall (2016) –; de Virginia Bicudo (*apud* GOMES, 2013) à Gabi Oliveira há o entendimento de que a ascensão social de pessoas negras não garantirá a eliminação do preconceito racial. Muitas vezes, como na obra de Bicudo (*apud* GOMES, 2013) ou de Silva e Leitão (2012, p. 127), as pessoas negras “[...] passaram a ter consciência de fazerem parte de uma minoria negra em um estrato social majoritariamente branco”. Uma das formas de ascender é atravessar a instituição educação e:

Virgínia, filha de seu Theofilo não conhecia essa dicotomia<sup>131</sup>, mas entendia que havia um modo de modernização que ocorre entre os debaixo, distinto daqueles de maior extrato social. Há um modo de modernizar do negro, distinto daquele dos brancos e isso pode ser notado pelo seu modo de organização na metrópole. Em seu trabalho fica claro que é necessário um trabalho de higiene escolar não porque pobres e negros são atrasados ou incivilizados, *mas porque a educação pode atuar como um agente de ascensão social que pode gerar consciência entre os sujeitos.* (GOMES, 2013, p. 61– 62).

Como já dito, a educação é pauta histórica dos movimentos negros (no Brasil e em outros países), mas é também no ambiente escolar em que se depara com outras experiências de racismo. Assim, volto ao vídeo, pois nele Gabi Oliveira acrescenta o fenômeno ‘trauma de colégio’ e diz que o racismo impacta na autoestima e produz um baixo rendimento escolar. A fala da youtuber é a encontrada na revisão sistemática feita por Ueliton Santos Moreira-Primo e Dalila Xavier de França (2020), na qual discutem os “Efeitos do racismo da trajetória escolar de crianças”, pois, segundo a pesquisa, o racismo vivido por aluno(a)s negro(a)s faz com que a trajetória desses seja mais difícil do que a de alunos brancos.

A construção negativa da identidade, demonstrada pelos estudos, refere que, na medida em que a criança negra vai percebendo a diferença nos tratamentos dos grupos e se reconhecendo como pertencente ao grupo social desvalorizado, aquele que é atingido pelos efeitos do racismo, a construção de sua identidade vai sendo afetada. Algumas delas passam, por vezes, a não gostar de sua cor, a se sentir inferior e, como consequência, ter uma baixa autoestima. (MOREIRA-PRIMO; FRANÇA, 2020, p. 185).

---

<sup>131</sup> O mundo das pessoas brancas é representado “[...] como urbano e civilizado enquanto o mundo negro é visto como rural e tradicional” (GOMES, 2013, p. 61).

Além da baixa autoestima, o rendimento escolar também é citado no texto. O autor e a autora falam sobre o estudo experimental de França (2017) que discute a atribuição de notas (uma forma de mensurar o desempenho escolar) para redações de aluno(a)s branco(a)s e negro(a)s. O resultado foi que:

As análises realizadas demonstram que os professores atribuem notas mais elevadas à criança branca do que à criança negra. O estudo chama a atenção para os efeitos do racismo no processo de avaliação e correção de atividades de crianças, bem como no que tange ao fato da carência de um adequado tratamento afetivo e julgamento igualitário às crianças negras por parte da escola. (FRANÇA, 2017 *apud* MOREIRA-PRIMO; FRANÇA, 2020, p. 190).

Diante do exposto, volto aos Racionais MC's: 'como ser duas vezes melhor' se uma das formas de ascender é a educação (que pode gerar consciência), mas a experiência é marcada pelo preconceito, discriminação, gerando traumas, fixações estereotipadas, silenciamentos? E não é esta tese que responderá essa pergunta (retórica).

Como a pauta é o trauma, volto dois meses na análise, para discutir o vídeo "Por que estou fazendo terapia? Live DePretas", transmitido ao vivo no dia 27 ago. 2017. Na *live*, Gabi conta que 'ser youtuber é uma profissão nova e que é lida com exposição da vida pessoal, com assuntos pesados que mexem com as próprias dores', e esse é o motivo de ter iniciado o processo de fazer terapia. Ao longo de 44 minutos (um dos vídeos mais longos do canal, cujos vídeos têm média de 15 minutos), fala sobre os custos de terapia, locais que oferecem o serviço gratuitamente, a importância de se pensar socialmente a saúde mental da população negra<sup>132</sup> e cita mulheres como Neusa Souza Santos (importante psicanalista brasileira que se suicidou) e Nina Simone (musicista estadunidense que falece cheia de problemas psicológicos).

Além disso, comenta também sobre: não ter vergonha em 'cuidar da cabeça' e a 'depressão não ser doença de rico ou de gente branca'; 'as dificuldades da adolescência e a fase escolar para pessoas negras'; 'homens negros', 'os silenciamentos' e as 'doenças mentais'. A *live* teve como característica responder às perguntas enviadas pelo(a/e)s seguidores. Creio também que houve uma escolha criteriosa para a data, pois dia 27 de agosto é comemorado, no Brasil, o Dia do Psicólogo.

---

<sup>132</sup> A promoção e garantia da saúde mental da população negra tem passado por processos de institucionalização. Por exemplo, o Conselho Federal de Psicologia, por meio da Resolução 018/2002 (CFP, 2002), "define que profissionais da Psicologia devem atuar segundo os princípios éticos da profissão contribuindo com seu conhecimento para refletir sobre o preconceito e para eliminar o racismo. A resolução diz, ainda, que profissionais não devem utilizar instrumentos ou técnicas psicológicas para criar, manter ou reforçar preconceitos, estigmas, estereótipos ou discriminação racial". Em 2017, na 23ª regional do CRP, participei de um evento chamado "O compromisso social da Psicologia com as questões raciais: contribuições e desafios". O evento é parte desse esforço do CFP e dos Conselhos Regionais.

Desse vídeo, embora a descrição fale por si, gostaria de ressaltar os impactos da (nova) profissão youtuber na saúde mental, sobreposta aos marcadores sociais da diferença de gênero e raça, abordados no vídeo. Por ser uma youtuber negra, inevitavelmente falará sobre raça, racialização e racismo e, por isso, terá que lidar na ‘esfera pública técnico-midiatizada’ com pessoas que dizem sentir o mesmo (identificação), outras que falarão ser ‘mimimi’, que rirão (*trollers*) ou que farão discursos de ódio (*haters*), conforme exposto é um ‘lidar constante com reabrir de aprofundar de feridas’.

Na mesma esteira, em 17 out. 2017, em “Respondendo Haters | DePretas”, Gabi Oliveira posta um vídeo que fala sobre os comentários de *haters* (odiadores) e diz que ‘tem coisa que só rindo para superar’. Conta que o canal alcançou outras pessoas por conta de um outro vídeo<sup>133</sup> e que, a partir do ‘furar’ da bolha, começou a receber comentários de ‘chorar e de rir’.

O primeiro comentário lido diz que não gosta da risada da youtuber. No segundo, uma pessoa diz que ‘não é racista, mas que não consegue achar pessoas negras bonitas’. Cita o ‘*hater* que a gente gosta’, pois teria comentado em cinco vídeos com frases como “vai tomar no seu cu, mulher, se você se acha inferior por ser negra o problema é seu, porra! Fica nessa besteira de racismo aí” (RESPONDENDO..., 2017, 00:01:37 – 00:01:43). Na sequência, lê um comentário que diz que ela é ‘até bonita’, mas pergunta ‘por que que pessoas negras tem cabelo ruim’, sobre a cor de sua gengiva, que ela grita e parece estar nervosa nos vídeos’ etc. Finaliza dizendo que ‘compartilhou os comentários que até dão para rir, mas têm outros que recebe diariamente (‘eca negra tenho nojo’ e ‘vai se fuder, macaca’) acrescentando que esse tipo de comentário deve ser denunciado. Então, a youtuber conclui:

Outra coisa que me fez gravar esse vídeo também é para que vocês entendam como é produzir conteúdo para internet. Que essa exposição nem sempre traz coisas positivas. E, neste sentido, eu acho que vale muito a pena vocês apoiarem os produtores de conteúdo que vocês acompanham e que falam de assuntos delicados (sinal de aspas com as mãos) como o racismo, homofobia. Às vezes você vê um produtor de conteúdo meio desanimado, mas é porque realmente a gente não expõe para vocês tudo que a gente recebe de haters. (RESPONDENDO..., 2017, 00:03:31 - 00:03:58).

O ‘anonimato’ possibilitado nas plataformas, somado ao contexto político em que vivemos, faz com que a ‘máscara da cordialidade brasileira’ seja trocada pelo ‘avatar preconceituoso’. A ideia de impunidade, ‘assegurada’ por um perfil falso ou pela dificuldade de localizar o sujeito que fez um comentário – que incite o ódio, que cometa o crime de racismo

<sup>133</sup> Trata-se do vídeo “Resenha Base Fluida Vult | DePreta”, publicado no dia set. 2017. A Vult, segundo a youtuber, é uma marca de maquiagem popular e lançou produtos ‘base fluida’ com 7 tonalidades, sendo 5 para peles brancas e duas para negras. A base para pele mais escura deixa Gabi Oliveira com ‘a cara cinza’, segundo seu diagnóstico.

ou injúria racial, intolerância religiosa, homofobia, misoginia, dentre outros –, pode ser um dos fatores que encoraje a fazer. Enfim, as pessoas fazem, como também o acontece no *offline* (com mais constrangimento talvez).

O fato que chamo atenção é sobre algo que citei no capítulo 3, quando o professor Michael Siciliano (2021) fala que criadores de conteúdo são trabalhadores. Assim, se sofrem por serem *creators* negros, é ‘discriminação no trabalho’ e deveria estar sujeito às leis trabalhistas (no caso, nos EUA). Nos vídeos anteriores destacados, o assunto foi saúde mental, e um ponto paralelo, e que implica em fragilizações, é que a pessoa negra, ao escolher se profissionalizar como criadora de conteúdo (youtuber, instagrammer etc.) terá sua vida exposta e, tal como em outras profissões, sua cor chega primeiro que seu trabalho (conteúdo) e toda sua produção é atravessada pela fixação como pessoa negra.

Passo para análise do próximo canal, mas não antes de citar um vídeo do humorista Yuri Marçal (que também é um dos selecionados pelo Fundo Vozes Negras/2020). O vídeo intitulado “Yuri Marçal - Tive que ser maneiro – Processo”, publicado em 9 mar. 2021, em seu canal “Yuri Marçal”, é iniciado com a frase ‘tem coisa que só se resolve na violência’. Então, relata que fez uma postagem no seu perfil do *Twitter* falando do presidente (Jair Bolsonaro) e, como reação, um ‘seguidor’ do presidente decidiu falar da foto que estava no perfil do humorista (sua filha, na época, com oito meses, segurando um pirulito), dizendo: ‘e essa macaca na foto’. Na sequência, o humorista diz que teve três reações: quis ‘enfiar o pé pela garganta no cara’; ‘esse cara quer me estressar... Vou ignorar’ e a terceira foi ‘ele conseguiu me estressar’.

Yuri continua contando que recebe muitos comentários racistas, mas ‘mexer com as crianças não dá’. Encerra o vídeo dizendo que teve que ‘ser maneiro, entrar com ação cível, criminal, tudo direitinho, na delegacia’ e, por acaso, os policiais eram negros e a piada vem das frases seguintes: ‘não acreditei. Os policiais eram bons’ e complementa, ‘era assim que era para ser. Eles eram preparados’. O risível vem do que não é dito, mas que é acionado pela experiência de quem ouve e ri ao entender o que faltou, assim, ao invés performar dentro do estereótipo ‘homem negro violento’ para resolver a situação ‘enviando o pé na garganta de quem chamou a filha dele de macaca’, teve que ser ‘maneiro’ e acionar a justiça institucionalizada. E ainda ao ter que ir à delegacia, os policiais eram legais, profissionais preparados e o trataram bem.

Marçal produz um humor diferente do grupo “10Ocupados”. Enquanto Yuri faz piadas racialmente informadas (faz rir com e não dele), com os “10Ocupados” a raça aparece corporificada, ou nos dizeres ‘e aí, negão’ ou ‘colé, neguinho’, sem que isso seja pejorativo é apenas um pronome de tratamento entre homens negros. Em 2017, o referido canal teve 46 vídeos postados, iniciando com “Resenha de pivete (Tempos de Infância)”, publicado em 6 de

jan. 2017, que passou a trazer a categoria ‘cenas improvisadas’ (que passou a compor os esquetes), e finalizam com o vídeo “Vida De Boleiro - One Two (Olheiro de Futebol)”, publicado em 29 dez. 2017.

Os vídeos trazem os temas ‘tempos de infância’, ‘brincadeiras de infância’, ‘churrasco na laje’ e ‘briga de vizinhos’, semelhante ao ano anterior. Dois vídeos chamaram a atenção, são eles: “Meu pai posso brincar? (Meu filho Ewerton)”, publicado 28 abr. 2017, no qual o pai de Ewerton (Thiago Cesar) foi traído e abandonado pela esposa. Enquanto estava contando para um amigo (Lukas Lelé), a criança (Ewerton – Dum Ice) aparece pedindo para ‘brincar de baleia azul’. O pai, chorando por conta da traição e abandono, responde que sim. O amigo interpela dizendo que ‘não, que baleia azul não pode’. Baleia azul é um jogo que “[...] consiste em cinquenta desafios diários enviados por um curador, sendo que o último desafio consiste em retirar a própria vida” (BARRETO JUNIOR; LIMA, 2017, p. 130).

O jogo teria nascido de uma notícia falsa que repercutiu e trouxe a discussão pública o tabu do suicídio (entre jovens), no Brasil, tornando-se pauta quando uma adolescente de 16 anos foi encontrada morta em Mato Grosso:

Ela deixou para trás cartas onde falava sobre as regras do desafio, uma lista de tarefas com cronogramas marcados, e cortes nos braços e nas pernas. Desde então, uma série de informações desconhecidas começaram a circular sobre o desafio. Em meio a um mar de boatos, no entanto, uma coisa é certa: a de que o jogo escancarou a necessidade de se discutir um tabu: o do suicídio entre adolescentes, um fenômeno que cresce no mundo inteiro, de acordo com informações da Organização Mundial da Saúde (OMS). (BEDINELLI; MARTÍN, 2017, texto digital).

Há uma literatura emergente que relaciona o suicídio e os usos da internet às informações que circulam na rede, que são desde processos que visam a discussão e prevenção a como se matar. Além do texto em citação, meu contato com o tema foi com texto “Suicídio, laços sociais e Facebook: análise etnográfica com grupos na mídia social digital”<sup>134</sup>, de Aline Amaral Paz e Sandra Rúbia da Silva (2020), no qual as autoras falam sobre a construção de laços, informações, eventos de prevenção e combate de comportamentos de risco.

No vídeo em análise, a sequência dos pedidos que o filho ao pai era ‘lida como errada’, dessa maneira, por meio do humor, uma informação era passada para o público que assistisse: que ficassem atentos às crianças e procurassem informações sobre o jogo baleia azul, com quem e com o que está brincando etc.

---

<sup>134</sup> Publicado no dossiê “Sociabilidade e Agências Digitais: sujeitos, coletivos e instituições”, da Revista Observatório, que organizei em parceria com o professor Gilson Porto e Milena de Lima e Silva, em 2020.

Outro vídeo é “Imitando e virando youtuber de vlog”, publicado dia 4 ago. 2017. A descrição do vídeo diz:

Todo mundo sabe que a vida não é fácil pra ninguém, com a nova moda de youtubers todo mundo esta[sic] tentando buscar seu lugar ao sol, ganhando dinheiro com essa plataforma de vídeo. Dessa vez, Lele foi se arriscar sendo um youtuber de vlogue. (IMITANDO..., 2017, texto digital).

Na metalinguagem de um youtuber ‘imitando para virar um youtubers’ na ‘nova moda’, ‘buscando seu lugar ao sol’, Lukas Lelé faz um personagem que tenta gravar vídeos, mas acha os que produz ficam parecidos com outros youtubers. Então, decide ir para rua (imitando ‘Marcos Froes’, integrante do grupo “10Ocupados”) e diz: ‘vou filmar todos os meus dias’. E continua: ‘meu canal vai bombar, vou ganhar placa de prata, placa de ouro<sup>135</sup> e depois não sabe o que vai acontecer’. Lukas está gravando na rua e, ao fundo, um homem (Dum Ice) observa a distração do aspirante a youtuber e rouba a câmera. O personagem que rouba a câmera (Dum Ice) continua falando: ‘me desculpe, mas a precisão faz a necessidade do homem’, afinal, ‘o show não pode parar’. O riso acontece pela metalinguagem (youtubers querendo ser youtubers no YouTube), pelo roubo e pela continuação da gravação pela pessoa que rouba.

Já o vídeo “Aulas de Carnaval”, publicado dia 24 fev. 2017, é um esquete que ensina a homens negros jovens a sobreviverem *ao* e *no* carnaval. Para tanto, precisam saber ‘defender a mina que estiver com ele’, ‘se defender da polícia’, ‘saber dançar’, ‘ter a ginga (para briga e para se esquivar da polícia fingindo que está dançando)’. Salvo o fato de ter que defender a mulher que está com ele, ‘demarcando território’ quando outro homem se aproximar, o esquete me fez lembrar do vídeo “Intervenção no Rio: como sobreviver a uma abordagem policial”, publicado no dia 17 fev. 2018, no canal do Spartakus Santiago (233 mil inscritos), com participação de AD Junior (84,4 mil inscritos - brasileiro que vive na Alemanha) e do repórter do site Favela da Rocinha, Edu Carvalho. Como o título sugere, diz sobre os cuidados que jovens ‘negros’ devem ter para sobreviver à abordagem de agentes de segurança durante a intervenção militar no Rio de Janeiro. No vídeo, os sujeitos afirmam que pessoas negras são alvos mais vulneráveis a abordagens indevidas. Um adendo se faz necessário, a curadoria da exposição “Histórias Afro-Atlânticas” que aconteceu entre os dias 28 de junho e 21 de outubro de 2018, no Museu de Arte de São Paulo (Masp), recebe o *status* de obra de arte.

---

<sup>135</sup> Semelhante ao prêmio placa de prata, a placa de ouro é uma forma de premiar o canal que tem 1 milhão de inscritos. O prêmio seguinte é a placa de diamante para 10 milhões de inscritos (YOUTUBE, s/d.).

Assim sendo, tanto “Aula de Carnaval” como “Intervenção no Rio” estão falando sobre como reagir a abordagens policiais sendo homens negros. No primeiro, com os “10Ocupados”, é ‘se saindo’, como dizem os soteropolitanos, ‘dançando no gingado’, ao passo que o segundo fala sobre ‘cuidados como: não sair tão tarde, posto que pelo olhar do ‘Outro’, será visto como bandido’, ‘não sair sem documentos’, ‘enviar localização para amigos’, ‘andar com o celular para ligar ou gravar abordagens’, ‘nunca levar pinho sol ou água sanitária na bolsa’ (se referindo a história de Rafael Braga), dentre outras. O ‘se sair’ e ‘se proteger’ são códigos de letramentos raciais (FERREIRA, 2015a, 2015b), técnicas de sobrevivência para homens jovens e negros.

Da Bahia de todos os santos à Itália, passo para o canal “Etnia Brasileira” que, em 2017, teve 6 vídeos, começando com “Quem é Branco no Brasil? Livia Zaruty entrevista a Atriz Zezé Motta”, publicado em 19 mar. 2017, e fecha com “Como aceitar seu corpo negro|Auto Aceitação e Autoestima”, publicado em 27 dez. 2017.

Há dois vídeos “👉 Pardo não é negro! 👈 Aceite a sua origem múltipla - Parte 1 por Livia Zaruty”, publicado em 23 dez. 2017, e “Negro não tem Raça, não somos animais 🐒 ! Tribunal e Cotas raciais opinião: sim ou não?”, publicado em 1 dez. 2017, sobre os quais tecerei algumas linhas. O primeiro, como o título afirma, o tema abordado é o entendimento da youtuber de que os pardos não são negros, principalmente no momento de optar ou não pelas cotas para entrar nas universidades. Nas palavras dela:

Quem, quando fez você acreditar de que pardo é apenas uma cor e que você não é mestiço, que você é negro? Sabe quem e qual partido político fez você acreditar nisso? Adivinha? Adivinha? Sim, foi o PT. Foi o PT, queridos. Vocês acham que só destruíram, acham só criaram prejuízos econômicos ao Brasil? Não. Também criei prejuízo sociais e ideológicos no Brasil. Por que, agora, eles decidiram com essa política, com esse estatuto, criado pelo PT, a dividir o Brasil em dois polos: branco e preto. Por que se considerar mestiço é trazer união. Se considerar mestiço é se considerar brasileiro, mas para eles não era interessante essa questão, então, o que eles fizeram? Criaram essa política para fazer com que anulasse completamente a sua definição de pardo e menos ainda e você desconsiderasse a sua origem mestiça. E passasse a dar ênfase a um outro polo que seria aquele negro. (PARDO..., 2017, 00:03:51 – 00:05:10).

Como para analisar o vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra”, publicado no canal “Nátaly Neri – Afros e Afins”, em 2016, apresentei a construção sociológica da categoria parda não me demorarei nesse ponto com os vídeos do canal “Etnia Brasileira, salvo para afirmar não foi um partido que criou o ‘pardo’. Todavia, a fala da youtuber é atravessada pelo espaço temporal em que algumas políticas públicas voltadas para a população negra como Lei nº 10.693 (BRASIL, 2003a), a Lei nº 12.888 (BRASIL, 2010b) e Lei nº 12.711 (BRASIL, 2012) foram realmente criadas enquanto um partido estava governando o país.

Em analogias parecidas, o vídeo “Negro não tem Raça...”, a youtuber diz que uma coisa que as pessoas estão usando para falarem sobre o que é ser negro é ‘a Estatística, História e blá, blá, blá’, a fim de deixar o interlocutor sem resposta, assim, ela (Lívia Zaruty) irá ajudar as pessoas a entenderem. Nas palavras da youtuber:

Vou ajudar você que não entende aquilo que aquelas pessoas falam e ficam com medo de responder para não ser chamado de racista. Então, gente, vocês sabem, né? Sou negra mesmo, então, eu posso falar né? [...] Não vou ficar aqui falando de Estatística, de História de blá, blá, blá, porque, primeiro, eu quero comunicar com pessoas normais. Quero dialogar para trazer um debate atual sobre o tema. O debate onde se possa achar soluções. (NEGRO..., 2017, 00:02:14 - 00:02:49).

Sobre o supracitado, ressalto dois pontos: ‘lugar de fala’ e ‘anti-intelectualismo’. O primeiro tem duas nuances, pois quem não é lido como uma pessoa negra não poderia debater sobre o assunto, uma vez que não seria seu ‘lugar de fala’, e que Lívia Zaruty, por ser negra ‘de verdade’, pode falar. A expressão ‘lugar de fala’ dá título ao livro de bolso<sup>136</sup> “O que é Lugar de Fala”, da mestra em Filosofia Djamila Ribeiro. O texto intenta ‘desmitificar’ o termo e é um dos responsáveis pela leitura equivocada que tem sido feita do ensaio “Pode o subalterno Falar”, de Spivak (2010), não necessariamente pelo debate interno do livro de bolso, mas sobretudo, pela apreensão que se faz dele via a ‘leitura’ de influencers.

No texto Ribeiro (2017) traz que os lugares sociais, a partir de onde as pessoas enunciam, devem ser localizados e que é preciso que se demarque “[...] para entendermos realidades que foram consideradas implícitas dentro da normatização hegemônica.” (RIBEIRO, 2017, p. 55). Isso, com o intuito de finalizar as mediações para que os subalternizados falem por conta própria e rompam com “[...] o silêncio instituído” (RIBEIRO, 2017, p. 89) e falem a partir de suas experiências.

Em Spivak (2010), ao contrário, o subalterno, por vezes, só tem o autoextermínio (como o caso das viúvas indianas) como forma de falar e não será necessariamente ouvida, pois o poder que subalternizou reposiciona quem tenta falar no silêncio, esquecimento ou apagamento. Para confrontar o texto de Spivak (2010), Djamila Ribeiro (2017, p. 74) diz que:

Tanto para Patrícia Hill Collins quanto Grada Kilomba consideram problemática essa afirmação de Spivak do silêncio do subalterno se esta for vista como uma declaração absoluta. Para as duas pensadoras, pensar esse lugar como impossível de transcender é legitimar a norma colonizadora, pois atribuiria o poder absoluto ao discurso dominante branco e masculino.

<sup>136</sup> Primeiro da coleção Feminismos Plurais, publicado pela primeira vez pela editora Letramentos, em 2017, e republicado pela editora Pólen, em 2019.

Precisaria debruçar-me mais nos textos de Patrícia Hill Collins e Grada Kilomba, citados por Djamila Ribeiro, para entender a apropriação dos mesmos. Por ora, aponto que Spivak (2010), em seu ensaio, está chamando a atenção de Deleuze e Foucault para que esses intelectuais não se abstenham de falar. Uma vez que, em alguns textos, os filósofos apontaram que a produção deles seriam ‘caixas de ferramentas’ para que as pessoas usem e que não precisaria falar por ninguém. Spivak (2010) lembra que, muitas vezes os subalternos não pode falar, por isso, concordando com Richard Miskolci (2021, p. 84), “[...] alguém terá que ‘falar’ por pessoas cujas condições de vida são vulneráveis e, no limite, podem levá-las ao (auto)extermínio.”. O que não quer dizer que intelectuais que vieram de grupos subalternos não devam produzir conhecimento científico informados por sua experiência. A experiência não é opaca e deve ser entendida, como sugere Scott (1998 *apud* MISKOLCI, 2021), algo que constitui os sujeitos e, por isso, deve ser submetida ao rigor científico, com técnicas, métodos, procedimentos que auxiliem a compreender e analisar histórico e socialmente.

Ademais, o ‘lugar de fala’ é de onde todo sujeito enunciador se pronuncia. Entretanto, creio que não seja (completamente) o que está escrito no livro de bolso que gera tensões, mas a síntese entre ‘vida e obra’, isto é, os textos escritos e a ação política de quem escreve (“O que é Lugar de fala” e a filósofa). Soma-se a isso também a apropriação e a aplicação do termo no debate público, isto é, são criadas pedagogias que possuem um léxico e estética tácitos da esfera pública técnico-midiatizada.

O ‘lugar de fala’ se fez um termo cuja apropriação na esfera pública técnico-midiatizada é um mecanismo silenciador. Arrematando, é importante intelectuais negro(a)s, indígenas, homo e transsexuais escrevam *informados* pela experiência, mas a experiência ser acionada como mecanismo silenciador é uma estratégia autoritária. Afinal, “[...] O que somos hoje é resultado da história e das relações sociais que demandam trabalho intelectual e rigor acadêmico para identificar e compreender.” (MISKOLCI, 2021, p. 82). Além disso,

O subalterno não tem como falar a partir de sua experiência compreendida como evidência do que é, já que sua condição de inferioridade demanda um trabalho investigativo [...] feito não por eles próprios, antes por aquele que se ‘identificam’ com sua subalternidade e se voltam contra as condições que a criaram. (MISKOLCI, 2021, p. 85).

Dito isso, parto para a segunda nuance do ‘lugar de fala’, operacionalizado no vídeo que colocaria a youtuber como uma ‘preta legítima’ (uma autoatribuição). Assim, sendo legitimamente negra, sua posição a autoriza não só a falar, mas a explicar para quem não está entendendo o que é o negro no Brasil. A deslegitimação da fala de intelectuais (aqueles que

usam ‘Estatística’ e ‘História’) é feita a partir da experiência de quem é uma negra legítima, ‘uma pessoa de pele escura’ que diz quem é e quem não é negro.

Perante o exposto, vejo uma articulação de duas nuances do ‘lugar de fala’: em sua versão discursiva da ‘esfera pública técnico-midiatizada’, onde há ‘uma subalterna falando’, mas trata-se de ‘uma subalterna legítima falando’ e o faz com uma estética anti-intelectual (comum em plataformas digitais). A anti-institucionalidade e anti-intelectualidade fora promovida nesse espaço e transformou “[...] discussões acadêmicas e políticas complexas em pauta identitária e vigilância comportamental, atuando como polícia a perseguir todos que não seguissem suas prescrições.” (MISKOLCI, 2021, p. 75). Dessa forma, o “[...] repertório de ação, [...] prioriza interesses individuais em detrimento das causas coletivas, do rigor na produção científica e do efetivo compromisso com a justiça social” (MISKOLCI, 2021, p. 79). Sem intenção de finalizar a discussão desse importante assunto, passo para o próximo vídeo, posto que a pauta não se encerra aqui e volta em outros vídeos.

O vídeo “Luta pela desconstrução do amor romântico | 25 de novembro”, publicado em 24 nov. 2017, a youtuber descreve o amor romântico interrelacionando-o à violência de gênero e relacionamentos abusivos. Trata-se de um vídeo que desconstrói o mito do amor romântico e fora filmado em *close* que foca a boca de Lívia Zaruty, com batom vermelho, uma roupa com estampa *animal print* (com manchas brancas em fundo preto) com capuz. A youtuber declama um texto que traz trechos de “El Amor Romántico como utopía emocional de la posmodernidad” (O amor romântico como utopia emocional da pós-modernidade), de Coral Herrera Gómez (1999). Não analisarei o vídeo, quis trazê-lo para apontar que a questão de gênero que coloca a mulher em posições desvalorizadas dentro do mito do amor romântico é socialmente construída como normal e, embora o vídeo não cite, o amor romântico quase nunca chega para mulher de pele escura<sup>137</sup>.

Nas ‘encruzadas da estrada-escrita’, caminho para o canal “Muro Pequeno” que, em 2017, produziu 38 vídeos, começando com “Feliz ano novo (bêbado no meio do mato)”, publicado em 1 jan. 2017, e finaliza com “Retrospectiva Lgbt & negra 2017”, publicado em 30 dez. 2017. Os temas seguem uma perspectiva semelhante ao ano anterior: fala sobre história e militância LGBT, negritude e relações raciais, ser um homem negro, gay e religioso. A novidade é falar sobre seu discurso na ONU, o processo de Rafael Braga, ‘lugar de fala’ (mais e outra vez) e ‘apropriação cultural’ (a partir do caso do turbante).

---

<sup>137</sup> Mais informações livro de Ana Cláudia Lemos Pacheco “Mulher negra: afetividade e solidão”.

Nos vídeos “Pessoas brancas devem falar sobre racismo?”, publicado dia 14 jan. 2017, e “Sobre espantalhos e apropriação cultural”, publicado dia 23 mar. 2017, há similitudes e diferenças, mas o tratamento segue um campo discursivo semelhante. No primeiro, responde a uma seguidora que pergunta se ela (uma mulher branca e cis) poderia pesquisar sobre raça e sexualidade LGBT. A discussão segue um tom de ‘ideia de protagonismo’ para falar sobre determinados assuntos orientados pela experiência e, de igual maneira, aponta o outro lado (resposta ao ‘lugar de fala’) que é algumas pessoas ‘tirariam o corpo fora’ em uma discussão sobre um tema social, pois não estariam em seu ‘lugar de fala’. O youtuber faz uma pergunta(quase)retórica: ‘qual seria o lugar de pessoas brancas dentro do debate sobre relações raciais?’.

Para Murilo, seria o de saber o seu lugar na hierarquia racial, social e como a branquitude reproduz o racismo. Além disso, para ‘superar o racismo, as pessoas negras devem se empoderar, compreender os mecanismos de funcionamento do racismo’ e ‘fazer por si próprias’ a ‘superação’. Os brancos, então, deveriam conversar entre si para saber dos seus privilégios raciais. Indica vigilância ao dizer ‘quando seu amigo branco estiver falando merda, você deve chamar atenção’. Como já apontei nos vídeos do canal “Etnia Brasileira”, o ‘lugar de fala’ é uma expressão que, nos discursos da esfera pública técnico-midiatizada (e em outros espaços), encerra diálogos. Pessoas são ‘desautorizadas’ a falarem sobre determinados assuntos se não tiverem a experiência. O que não mencionei e que o vídeo acaba tocando no tema é sobre a neutralidade da identidade da pessoa branca. A partir disso, cito um trecho de um texto de Edith Silveira Pompeu Piza (2014, p. 72):

É esta excessiva visibilidade grupal do outro e a intensa individualização do branco que podemos chamar de ‘lugar’ de raça. Um ‘lugar’ de raça é o espaço de visibilidade do outro, enquanto sujeito numa relação, na qual raça define os termos dessa relação. Assim o lugar do negro é o seu grupo como um todo e do branco é o de sua individualidade [...]. Não se trata, portanto, da invisibilidade da cor, mas da intensa visibilidade da cor e de outros traços fenotípicos aliados à estereótipos sociais e morais, para uns, e a neutralidade racial, para outros.

O campo de estudos sobre as branquitudes têm feito importantes contribuições teóricas sobre o tema, mas o vídeo traz argumentos que veem de um campo não (necessariamente) científico.

Já o vídeo “Sobre espantalhos e apropriação cultural” traz o fenômeno midiático da ‘jovem branca que usou turbante e teria sido abordada por mulheres negras que a acusaram de apropriação cultural dizendo que ela não poderia usar o acessório’. Porém, a jovem branca afirma que iria usar sim, pois está disfarçando a queda dos fios por conta do tratamento da

leucemia’ (JOVEM..., 2017). Murilo Araújo diz que o tema não é sobre usar ou não usar, mas sobre esvaziar de sentidos elementos de uma cultura inferiorizada. O termo ‘apropriação cultural’ é título do sétimo livro de bolso da coleção “Feminismos Plurais”, escrito por Rodney William (2019). Em entrevista de pré-lançamento do livro<sup>138</sup>, o autor diz que alguns debates de casos isolados, como da jovem com turbante, borrariam o tema central que é a “[...] violência sistêmica contra um povo e contra sua cultura” (WILLIAM *apud* GALVANI, 2019, p. texto digital). E fala que em alguns momentos é preciso intervenção jurídica legislativa, como o caso de a tentativa de pessoas ligadas ao setor evangélica mudarem o nome do acarajé para ‘bolinho de Jesus’. Outro ponto abordado na entrevista é que:

No meio do caminho, elementos da cultura afrobrasileira esbarram na ‘branquitude’, definida por Pai Rodney como a ideia de não contestação do próprio grupo social. As raízes colonizadoras são explícitas: ‘São como sinhozinhos e sinhazinhas que acreditam que a riqueza cultural é patrimônio de todos, da qual se pode dispor sem critérios, sem limites e sem respeito’. [...] ‘cada indivíduo precisa assumir a sua responsabilidade para não produzir opressões. (WILLIAM *apud* GALVANI, 2019, texto digital).

Não posso discutir o livro de bolso, por não tê-lo lido, mas pela entrevista de pré-lançamento do mesmo, o autor aponta que há momentos em que apropriação cultural é lida como aculturação, mas que iria além disso; sendo um problema quando a indústria da moda esvaziam o valor simbólico de elementos de uma determinada cultura, transforma em produto para que todo(a/e)s possam consumir e finaliza apontando que, no Brasil, “[...] existe algo com ‘nosso’. A feijoada é ‘nossa’, o samba é ‘nosso’, e, na verdade, esse ‘nosso’ tem uma origem. É preciso respeitar a história do povo que preservou tudo isso’, analisa o babalorixá.” (WILLIAM *apud* GALVANI, 2019, texto digital).

Diante dessa exposição, penso que o argumento (da entrevista e não do livro de bolso) seja próxima do que está na Dialética do Esclarecimento, de Theodor Adorno e Max Horkheimer (2006), ou na reproduzibilidade técnica de Walter Benjamin, quando a reprodução faz o artefato (no caso a obra de arte) perder a sua ‘aura’. Mas Rodney William (*apud* GALVANI, 2019) traz a camada de que os artefatos que são apropriados pela indústria pertencem a população negra que fora subalternizada pela questão racial e o tom (contradizendo o título da matéria) acaba ficando em ‘pode’ ou ‘não pode usar’.

Outro tema do referido vídeo é uma ‘estratégia de falácia lógica’, conhecida como ‘falácia do espantalho’, que para Luzardo Faria (2019, p. 111)<sup>139</sup>:

<sup>138</sup> Cito a entrevista por não ter tido contato com a obra.

<sup>139</sup> O texto é fragmento da dissertação que discute a consensualidade no Direito Administrativo. Na sequência da

No campo da lógica, esse tipo de artifício é conhecido como ‘falácia do espantalho’. Falácias lógicas são truques argumentativos que fazem com que um enunciado ou raciocínio falso pareça apontar para uma conclusão verdadeira. No caso da ‘falácia do espantalho’ (straw man fallacy), a técnica consiste em desvirtuar (ou até mesmo inventar) o que a parte contrária do debate está afirmando, fazendo com que o argumento de defesa dela se torne algo mais fácil de ser rebatido.

Embora seja semelhante ao transcrito acima, no vídeo, o youtuber, para fazer uma descrição do conceito da expressão, lê um trecho da Wikipédia e afirma que as pessoas na internet têm discutido as distorções dos argumentos e não os argumentos propriamente ditos, e coloca a apropriação cultural como um ‘espantalho’. Isto é, os vídeos são informados pela experiência do youtuber: um homem negro, gay, nordestino vivendo no Sudeste e que apreende as pautas sociais na universidade (com tripé ensino, pesquisa e extensão), nos coletivos universitários, nas apropriações de termos acadêmicos pela pedagogia da esfera pública técnico mediatizada (com léxico e estética próprias). Do Rio de Janeiro para São Paulo, passo para o próximo canal.

O canal “Nátaly Neri - Afros e Afins” em 2017 produziu 67 vídeos, começando com “Como eu aprendi a me amar”, publicado em 20 jan. 2017, e fechando o ano com “Como foi ser embaixadora de uma marca”, publicado em 31 dez. 2017<sup>140</sup>. Nos vídeos de 2017, a youtuber fala sobre ‘apropriação cultural’; faz uma série ‘universidade’ (sendo alguns vídeos falando sobre ser uma mulher negra nesse espaço); ‘guerra às drogas e genocídio da população negra’ e ‘psicólogas negras’. Um dos vídeos do canal, que dá título a essa subseção (subtítulo, na verdade), é “Youtubers negros são todos iguais?”, publicado no dia 9 abr. 2017, no qual aponta como que há um imaginário que youtubers negros só falam sobre racismo.

Nátaly retoma o argumento de proporcionalidade de Joice Berth (2019) e aponta que a plataforma está dividida em nichos e que youtubers negro(a/e)s estão em todos esses nichos, todavia, quase que inevitavelmente falam sobre racismo, posto que é algo que atravessa sua experiência. Também aponta que há diversidade discursiva, formas de abordagem e temas diferentes. Sobre isso, quero trazer dois pontos, sendo um a ‘similitude pura’ que, segundo Paul Gilroy (2007), é uma política de identidade que fixa os sujeitos após racionalizá-lo, seu lugar social torna-se objetificado, um não sujeito-locutor, no qual coletivos são tomados como

---

citação, traz que é “[...] exatamente o que ocorre nesse caso, em que, aqueles que não estão satisfeitos com as bases do regime jurídico adotado pelo Direito Administrativo brasileiro, classificam a origem dessa disciplina como autoritária, a fim de ser mais facilmente aceitável a tese de que os institutos desenvolvidos naquele período devam ser abandonados e substituídos pelo ‘pacote’ proposto por esses autores”. O texto fora republicado no livro “Limites do controle da administração pública no Estado de Direito”, na seção “Textos vencedores do concurso de artigos jurídicos”, com título “O regime jurídico-administrativo como um escudo contra o arbítrio: uma análise do processo histórico de democratização da administração pública”.

<sup>140</sup> Tal como Gabi Oliveira, a youtuber Nátaly Neri foi embaixadora da marca Seda.

homogêneos. Como resposta à similitude pura, o autor aponta para a *différence* da vertente derridariana, isto porque é preciso reconhecer “[...] a possibilidade de diferença no interior da similitude” (GILROY, 2007, p. 158).

Há diferenças no interior da similitude. Contudo, há também o ‘campo discursivo de ação’, de Sonia Alvarez (2014); e, como coloquei antes, diz sobre como existe uma apropriação em que as pessoas se autoidentificam com elementos de um mesmo ideário que informa a percepção sobre um tema, embora as práticas possam ser distintas. Assim, é possível inferir que o(a/e)s youtubers negro(a/e)s não sejam todos iguais, mas que falem sobre o racismo enquanto um campo discursivo de ação e definitivamente não são as mesmas embocaduras (ou seja, todas as pessoas negras que são youtubers falam sobre raça e racismo da mesma forma). A seleção dos youtubers em análise demonstram isso, pois vejo Nátaly, Gabi e Murilo como mais próximos político e discursivamente e distantes de Livia Zaruty e Fernando Holiday, que formariam outro grupo político-discursivo, e Péricles e 10Ocupados em outro campo, o artístico (e que são distintos entre si).

O segundo ponto é o ‘direito a opacidade’ que pessoas negras não teriam acesso, posto que ‘precisam’ apresentar tudo de forma transparente, categorizando e explicando o que querem dizer (isso em qualquer linguagem em que se proponham a fazê-lo) ao ‘Outro’. Em Édouard Glissant (2008), há uma reivindicação que todos possam ter o “direito a opacidade”. O autor vê como ‘preciosa’ a Teoria da Diferença, visto que permitiu que se lutasse contra reduções provocadas na área da genética e do ‘falso cientificismo’ sobre a superioridade da raça.

Mas a própria diferença pode ainda *revelar uma redução ao Transparente*. Se nós examinarmos o processo da ‘compreensão’ dos seres e das idéias[*sic*] na perspectiva do pensamento ocidental, *reencontramos no seu princípio a exigência desta transparência*. Para poder ‘compreender-te’ e, então, aceitar-te, preciso levar tua densidade à escala ideal que me fornece elementos para comparações e talvez para julgamentos. Eu preciso reduzir. [...] Admito tua existência em meu sistema. (GLISSANT, 2008, p. 53, grifos meus)

E, na sua argumentação, acrescenta:

Não apenas consentir no direito à diferença, mas, antes disso, no direito à opacidade, que não é o fechamento em uma autarquia impenetrável, *mas a subsistência em uma singularidade não redutível*. Opacidades podem coexistir, confluir, tramando os tecidos cuja verdadeira compreensão levaria à *textura de certa trama* e não à natureza dos componentes. Renunciar, por um tempo talvez, a essa velha assombração de surpreender o fundo das naturezas. Seria grandiosa e generosa a iniciativa de inaugurar tal movimento, cuja referência não seria a Humanidade mas a *diferença exultante das humanidades*. Caduca, assim, a dualidade de pensar em si mesmo e pensar o outro. Qualquer Outro é um cidadão e não mais um bárbaro. O que está aqui está aberto, tanto quanto o de lá. Eu não saberia projetar de um a outro. O aqui-lá é a

trama que não trama fronteiras. *O direito à opacidade não estabelecerá o autismo, ele fundamentaria realmente a Relação, em liberdades.* (GLISSANT, 2008, p. 53).

O ‘direito a opacidade’ é uma busca que intenta fundamentar uma episteme da relação, baseada em uma forma de olhar para a diferença, o que leva a compreensão das texturas da trama e não a natureza da mesma. O opaco, para o autor, é o que foge do fechamento e intenta abrir para uma totalidade, possibilita novas cadeias de significados sem determiná-las aprioristicamente, de modo que:

Por outro lado, a opacidade funda um Direito: isto seria o sinal de que ela entrou na dimensão política. Temerária perspectiva, menos perigosa talvez do que as errâncias a que conduziram tantas certezas e verdades claras, ditas lúcidas. Estas seguranças políticas seriam felizmente contidas em seus transbordamentos pelo sentimento, não da inutilidade de tudo, mas dos limites da verdade absoluta. Somente concebendo que é impossível reduzir qualquer um que seja a uma verdade que não tenha sido gerada pelo próprio indivíduo. Isto é, na opacidade de seu tempo e de seu lugar. A Cidade de Platão é para Platão, a visão de Hegel para Hegel, a cidade do griot para o griot. Não é proibido vê-los em confluência, sem confundi-los em magma ou reduzi-los um ao outro. Igualmente esta mesma opacidade anima toda comunidade: o que nunca nos uniria, nos singularizando para sempre. O consentimento geral às opacidades particulares é o mais simples equivalente da não-barbárie. (GLISSANT, 2008, p. 55).

A reivindicação da singularização dentro da não-barbárie se dá onde o ‘Outro’ não é compreendido por um movimento de ser contornado por quem quer compreender e trazer para si. Argumento demasiado filosófico para deslindar nas linhas dessa tese (que se pauta apenas nesse tema), sendo assim, por ora, sintetizo que o ‘direito à opacidade’ é negado, pois para que a pessoa negra seja entendida precisa apresentar elementos para que seja compreendido (no caso, compreensão nos termos do autor).

Arrematando, a ‘similitude pura’ (GILROY, 2007) ou a ‘transparência’ (outra face da moeda da diferença) (GLISSANT, 2008) singularizam o singular, isto é, demanda que sujeitos não-brancos sejam vistos como ‘iguais’. Por um lado, ao tentar fazê-lo por não terem direito à opacidade, precisam categorizar e explicar tudo o que querem dizer para que sejam ‘compreendidos’.

Para 2017, digo: “Já deu minha hora no relógio de Xangô” e fecho os trabalhos reiterando que o circuito de cultura segue com elementos em articulação. Acrescento que houve um contínuo processo de profissionalização dos youtubers (alguns, inclusive, contando com uma empresa que o(a)s assessorasse); parcerias com marcas; convites para participarem de projetos e eventos e convites para palestras (TEDx e outros formatos). Temas como cabelo e maquiagem continuaram sendo pauta dos canais de “Nátaly Neri - Afros e Afins” e “Gabi Oliveira – De Pretas”, e militância católica e LGBT em “Muro Pequeno” (com Murilo Araújo).

Lívia Zaruty retoma o canal “Etnia Brasileira”, produzindo vídeos que falam sobre: ‘o que é ser negro e quem é negro no Brasil’. Já o canal “10Ocupados” com esquetes sobre os ‘tempos de criança’ destoa dos demais. Síntese feita, caminhemos para 2018.

#### 4.4 “ATIVISMO NA INTERNET É ATIVISMO?”: AS “TRETA YOUTUBERS AFRO” EM 2018

O título desta subseção vem de um vídeo do canal “Afros e Afins – Nátaly Neri” (falo do subtítulo “tretas” mais abaixo) e acaba expressando algumas perguntas que ouvi de muitas pessoas (do meio acadêmico), as quais foram feitas, sobretudo, no final do ano de 2018, quando Jair Bolsonaro se elege (usando bastante a internet, inclusive). Mas, também quando falava que pesquisava youtubers negro(a)s, porque sem que dissesse o foco, metodologia, abordagem e teoria, o trabalho era enquadrado como ‘analisar o ativismo’. Fazendo um *mea culpa*, acredito que muito dessa interpretação venha do título (que ainda estava no texto do exame de qualificação), “Cyberkilombagem”. Os três anos e meio de contato diário com a Sociologia, outros autores e autoras, aulas, palestras e participação em grupos de pesquisa fizeram com que outras camadas fossem apreendidas e ‘o sujeito e a(s) perspectiva(s) mudou(mudaram)’. Uma vez preambulada a subseção, vamos a 2018, o ‘ano que não terminou’.

Começo a análise com o canal “Etnia Brasileira”, que traz o vídeo cujo título utilizei para compor o subtítulo desta subseção da tese. O referido vídeo<sup>141</sup> fala sobre as ‘tretas’ entre youtubers negro(a/e)s. Sobre esse assunto, apresento apenas que ‘treta’ é uma estética que gera engajamento e audiência, pois, além de se aproximar dos programas televisivos de fofoca de celebridades, há a citação direta ou indireta de outras pessoas e espera-se que quem foi o alvo da fofoca, responda. O vídeo em questão é um que se enquadra nessa estratégia da economia da atenção.

O canal também foi o que teve o maior número de publicações entre os demais analisados no período. Inicia 2018 com o vídeo “Pretos somos minoria no Brasil | Por Lívia Zaruty”, publicado em 7 jan. 2018, fechando o ano com “RetrospecAFRO 2018 - Etnia Brasileira 2018 (Parte 1)”, publicado em 31 dez. 2018. Ao todo, foram 92 vídeos (cerca de um

---

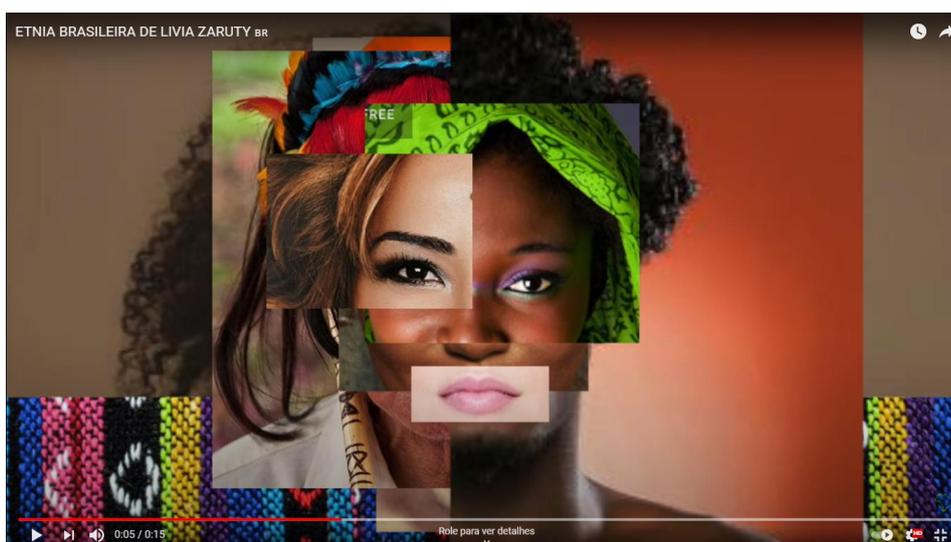
<sup>141</sup> Trata-se do vídeo “Treta youtubers afro made china CN Camilla de Lucas, Mari Morena, Nina Gabriella e Cacheadas”, publicado no dia 26 nov. 2018, no qual a youtuber fala que sobre as reações que as youtubers tiveram sobre o vídeo “Camilla de Lucas vamos conversar”, postado pelo influenciador digital Jefferson Soares. Jefferson tece uma crítica a Camilla de Lucas (que alega ter sofrido racismo e que isso foi o pior dia de sua vida), dizendo que falta empatia e que a geração de agora é mais chorosa. Lívia concorda com Jefferson, entra na ‘treta’ e fala de outras youtubers.

vídeo postado a cada 3,9 dia). Destaquei os números porque entre 2007 (criação do canal) e 2014 foram publicados 19 vídeos; em 2015 um, em 2016 nenhum e, em 2017, foram seis. Além da quantidade de vídeos, houve a apresentação da vinheta, no dia 17 fev. 2018, com o vídeo: “Etnia Brasileira de Livia Zaruty”, e coloca a descrição que usa ainda em 2021, a saber:

Sou Livia Zaruty uma mulher negra, preta na cor que se reconhece como mestiça. Empresária, apresentadora, web design, digital influencer, crítica gastronômica criadora do canal e do portal EAD SambaCooking, aspirante a cineasta e uma forte mulher, Livia Zaruty, nasceu em Duque de Caxias, Rj, mais muito cedo mudou-se para Vigário Geral subúrbio do Rio de Janeiro. Ao contrário de todas outras paginas[sic] Etnia Brasileira veio como um MIX de tudo que existe no Brasil, onde a única bandeira levantada será da DIVERSIDADE, seja ela de origem étnica, social, religiosa ou de opção sexual! E[sic] um espaço para expor a sua opinião sobre diversidade e comportamento do negro Brasileiro, sem sofrer ataques ou pressões de grupos radicalistas raciais. Se você adora a DIVERSIDADE na igualdade e quer expor livremente aquilo que vc pensa o seu lugar e aqui!

A vinheta é feita a partir de colagens de fragmentos de diversas faces, com cores e feições distintas sobre o rosto da youtuber. A música que faz o *background* (som do segundo plano) é “Inclassificáveis”, de Arnaldo Antunes, especificamente o trecho “Que branco, que índio, que preto o quê? / Que índio, que preto, que branco o quê?/Que preto branco índio o quê?/Branco índio preto o quê?/Índio preto branco o quê?” (ver Figura 12).

**Figura 12 – Captura de tela da vinheta do canal “Etnias Brasileiras”**



**Fonte: Captura de tela do *teaser* do canal “Etnia Brasileira”**

Os temas são: ‘falando de outros youtubers negro(a)s; segue trazendo a ideia da ‘invenção do pardo ou negro’; ‘a questão das cotas raciais’; eleições e sobre o ‘ele não’; mas também fala de artistas e celebridades. O ano é também o momento em que o canal passa a ter

20 mil inscritos, celebrados e publicizado no vídeo “👉 20 mil inscritos!! Amo vocês receba o meu abraço i BR👉👉👉” (26 fev. 2018). Além desses temas, pelo uso da *hashtags* “#CreatorsforChange #EtniaBrasileira”, é possível inferir que a youtuber se inscreveu para participar do projeto do YouTube.

Sobre as eleições, Lívia Zaruty faz uma série de vídeos falando do movimento ‘Elenão<sup>142</sup> dos artistas’. Em 28 out. 2018, posta o vídeo “Presidente do Brasil pode chorar! A resistência começou”, no qual diz que está em segurança fora do país e que será oposição ao governo de Bolsonaro. Também fala que ‘os canais que ficaram falando de maquiagem, reclamando do turbante, vão ver o que é racismo e irão parar de falar que são negros’. E continua declarando, aos ‘youtubers de direita, que o racismo e o machismo não serão a bola da vez, pois o que aconteceu despertou aqueles que estão com os livros nas mãos’<sup>143</sup>.

Panorama 2018 apresentado, entro na “Treta Política 🔥 | denúncia PGR”, publicado em 14 abr. 2018. Nesse vídeo, a youtuber fala sobre a denúncia feita pela Procuradoria Geral da República pelo crime de racismo cometido por Jair Bolsonaro<sup>144</sup> e que o Brasil está ‘intolerante a opiniões, pois indiferente de quem fala a pessoa é enquadrado como preconceituosa’, ‘as pessoas estão usando as leis como se fosse brinquedo’. Acrescenta que ‘fica resistente a Bolsonaro, pela personalidade dele’, porque Jair Bolsonaro “[...] se identifica bem com quem é igual a ele. O papo dele se funciona muito bem para os semelhantes. Ele não é muito universal. É como um militante negro, um militante fala só para o público dele.” (TRETA..., 2018, 00:07:54: -00: 08:06).

A fala da youtuber demonstra a formação dos polos discursivos e comunicáveis que aprofundaram-se durante o processo eleitoral e seguem o fluxo da ‘estética lacradora’, ‘punitivista’ e ‘vigilante’ da esfera pública técnico-midiatizada (MISKOLCI, 2021; PELÚCIO; DUQUE, 2020). Outro ponto que Lívia Zaruty diz é que ‘um presidenciável não pode falar o que o Bolsonaro fala, mesmo que seja verdade. O que ele fala dá para colocar no YouTube, com sacrifícios, porque existe uma política de conduta’. A política de conduta que a youtuber se refere são as regras internas da plataforma (que apontei no processo *regulação*, no capítulo 3, como um elemento do Circuito de Cultura), e o ‘sacrifício’ pode significar o educação digital que aplica o ‘jeitinho brasileiro’ à performance nas plataformas para burlar as referidas políticas

<sup>142</sup> Conjunto de protestos contra o presidenciável Jair Bolsonaro, iniciado nas plataformas digitais e com manifestações nas ruas em diversas regiões do país, em setembro de 2018.

<sup>143</sup> Referência ao movimento de votar com livros nas mãos em ‘protesto’ contra o candidato a presidência Jair Bolsonaro.

<sup>144</sup> Denúncia apresentada pela procuradora geral da república Raquel Dodge. No texto da peça, acusa Jair Bolsonaro de usar discurso discriminatório contra mulheres, negros e LGBTs.

de conduta. Isto é, há uma literancia digital para compreender a *regulamentação* para construir *representação* na plataforma YouTube. Como os temas e a forma de abordagem se repetem, sigo na ‘estrada-escrita-encruzilhada-de-análise’.

Murilo Araújo, do canal “Muro Pequeno”, publicou 19 vídeos em 2018. O primeiro foi “Meta pra 2018: ser frágil #DoisMilEDeseje”, publicado dia 03 de jan. 2018, e último “#HomemNegro 5: Bichas pretas e a masculinidade | Creators for Change”, publicado em 17 nov. 2018; vale destacar que ambos são impulsionados por projetos, sendo o primeiro uma campanha do Bradesco “#doismiledeseje” e o segundo do projeto internacional do *YouTube Creators for Change*, sobre o qual falei no capítulo 3. Os temas mudaram um pouco em 2018 e o youtuber trouxe (além da pauta LGBT, relações raciais e militância católica) mais informações sobre o processo de doutoramento (e trancamento do curso de doutorado em Linguística Aplicada), saúde mental e direito a sentir raiva<sup>145</sup>.

De 2018, selecionei dois vídeos para análise. O primeiro é “O que é privilégio?”, publicado 25 jan. 2018, que discute sobre ‘o que é’ e ‘o que não é privilégio’, segundo a percepção do youtuber que deduz que a ideia sobre o que é o ‘privilégio se popularizou a partir dos avanços de pesquisas e estudos sobre temas sociais que se debruçam sobre minorias (mulheres, LGBT, negros e pobres, citados nominalmente) e os grupos que se beneficiam da hierarquização de gênero, raça e classe’.

O youtuber afirma que seu vídeo está baseado no texto “O que privilégio significa (e o que não significa)”, de Maisha Z. Johnson. O privilégio não teria avaliação moral ou individual, mas relação com as estruturas de opressão. A explicação tem um tom de que, ao ‘apontar o privilégio’, estaria fazendo ‘uma forma denúncia’ e isso não seria ‘dizer que a culpa é de quem tem privilégio’. Para o youtuber, trata-se de uma forma de analisar a sociedade. Murilo cita, na construção argumentativa, que a ideia também não é fazer uma ‘olimpíada da opressão’, na qual o(a/e) vencedor(a/e) é a pessoa ou grupo social que possui a maior quantidade de opressões sobrepostas. Finaliza falando que compreender a estrutura do privilégio faz entender o papel social e individual na manutenção ou superação da desigualdade.

Sobre esse vídeo, trago apenas dois pontos: a dimensão individual de mudança que pode ser lida tanto como ‘micropolítica foucaultiana’ ou uma forma de ação dentro de uma perspectiva neoliberal. O segundo ponto é sobre quando pesquisadore(a)s passam a ser

---

<sup>145</sup> O vídeo “Permita-se ter raiva”, publicado 22 jul. 2018, é uma performance na qual o youtuber está enquadrado em plano médio, enquanto sentado e sem camisa com fundo preto, declama um texto que fala sobre ser o que é ser ‘um apêndice no contexto de um mundo maior de pessoas heterossexuais’, e que LGBTs são excluídos de famílias e impedidos de criar novas, não têm suas dores ouvidas e, por tudo isso, sente raiva, quer ter o direito de senti-la. Outro vídeo, nessa perspectiva, é “Dá pra ser didático 100% do tempo?”, publicado 24 ago. 2018.

avaliado(a/e)s e acusado(a/e)s, e a “[...] posição profissional na pirâmide socioeconômica começou a ser chamada de privilégio em uma grave miopia sociológica: *o que é social e estrutural passava a ser atribuído ao indivíduo em um contínuo tribunal facilitado pelas novas tecnologias*” (MISKOLCI, 2021, p. 77), de modo que, ser o que se é, passou a ser um “[...] delimitador do que pode investigar, sobre o que pode falar ou como definir a qualidade do seu trabalho – além de anti-intelectual – algo profundamente autoritário, assentado em sua principal forma de expressão contemporânea: a política identitária em suas lógicas neoliberais.” (MISKOLCI, 2021, p. 78). Dito isso, afirmo que se é ‘de ponto em ponto que se faz uma gira’, passo para outro vídeo.

No vídeo “Por Que eu sumi? Por que eu voltei?”, publicado em 2 ago. 2018, o youtuber fala que, após cinco meses sem publicar vídeos<sup>146</sup>, irá explicar o que aconteceu: ‘não conseguiu finalizar a tese de doutorado, devido ao fato de não ter se identificado com o que estava escrevendo’. Isto porque, segundo o youtuber, a academia exigiu que ele elaborasse questões que não considerava relevantes. Ainda respondendo o ‘porquê sumiu’, Murilo acrescenta o impacto do assassinato de Marielle Franco e desaparecimento e morte da Matheusa (mulher trans não-binária), e também a abordagem violenta que sofreu próximo a sua casa (não sabe se de um policial à paisana ou um trabalhador de segurança privada). Na abordagem, foi colocado na parede com uma arma em sua cabeça e a pessoa perguntava se ele estava carregando droga. O vídeo é encerrado dizendo que, ‘mesmo com tanta violência e tristeza’, tem uma notícia boa’ e anuncia que foi convidado para ser embaixador do projeto *YouTube Creator for Change 2018* e já está gravando os vídeos.

O relato de Murilo Araújo traz o descobrir-se negro que é um (re)encontrar a dor de ser racializado, fixado, pois, para pessoas ‘negras-pardas’ ou ‘pardas-negras’ que encontram a discriminação, o preconceito (seja ao ascenderem socialmente ou no processo de tomada de consciência) e a experiência dolorida e sufocante que vai de um engasgo à *‘I can’t breathe* (não consigo respirar). Murilo Araújo conta nesse e em outros vídeos que, por vezes, sua pele clara o fez entrar e sair de espaços sem constrangimentos, mas que uma ‘arma em sua cabeça’ o lembrou da hierarquização da experiência racial no Brasil.

Entre dores e horizontes de expectativas, no dia 13 set. 2018, Murilo publica no canal “Muro Pequeno” o vídeo “LGBTs e as eleições part. #votelgbt”, no qual convida Igor Pinheiro do movimento Vote LGBT, um coletivo que existe desde 2014 com a finalidade de aumentar a visibilidade de candidatura de LGBTs. Citei o vídeo para fazer a transição entre canais, pois o

---

<sup>146</sup> O intervalo de tempo sem postar foi anunciada no vídeo “Uma pequena pausa (por uma boa causa)”, publicado em 30 jan. 2018, no qual fala que precisará parar um pouco pela ‘boa causa’ de terminar a tese de doutorado.

próximo é o canal “Fernando Holiday”, que é ‘vereador gay, cristão e de direita’, como se apresenta.

O político iniciou sua carreira política ligado ao Movimento Brasil Livre, que fora fundado em 2014 e tiveram expressividade no processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016. É eleito vereador em São Paulo com vinte anos e, em sua biografia na página da câmara, diz ser “[...] o vereador mais jovem da história do município de São Paulo, foi o 13º mais votado com 48.055 votos. Foi reeleito em 2020 com 67.671 votos, sendo o 5º mais votado no município.” (CÂMARA MUNICIPAL, s/d., texto digital).

O canal do vereador-youtuber existe desde 2016, mas só em 26 de mar. 2018, com o vídeo “Câmara de SP aprova multa pesada para pichadores”, que inicia as postagens. Em 2018, publicou 75 vídeos, com média de 5 minutos, o que demonstra uma literacidade digital (MIHAILIDIS; THEVENIN, 2013), e, mais do que isso, o conhecimento para uso estratégico: vídeos curtos, com linguagem objetiva e direta. Iniciando com aprovação de multa para pichadores, o ano de 2018 no canal é finalizado como vídeo “A verdade sobre o atentado contra Fernando Holiday”, publicado no dia 26 dez. 2018.

Além do tempo ser mais curto que os do(a)s demais youtubers, Fernando Holiday usa a plataforma para fazer uma espécie de ‘prestação de contas’, ou seja, usa como ‘canal’ de comunicação com eleitores e apoiadores. Dessa forma, os temas são sobre o que está acontecendo na ‘Câmara de vereadores de São Paulo’; ‘suas pautas antipetistas e anti-esquerda’ de modo geral; ‘propostas de leis e ementas’; ‘discursos parlamentares’; ‘doação de 20% de seu salário para instituições sociais (uma promessa da campanha)’.

O vídeo “Primeiro discurso de Fernando Holiday na Câmara de SP”, publicado em 26 mar. 2018, traz como o título sugere o primeiro discurso do vereador, no qual afirma que se elegeu com a pauta anticorrupção e, que por isso, é melhor que os político corruptos se afastem dele. Diz não ter medo de movimentos e, que além do MBL, não representa a nenhum outro. “Apesar de gay, não venho aqui representar o movimento LBGT. Apesar de negro, não venho aqui representar o movimento negro. E digo mais: pouco me importa o que pensam esses movimentos.” (PRIMEIRO..., 2018, 00:01:12 - 00:01:25).

‘Representar’ é um termo acionado dentro do campo político-semântico de ‘representar politicamente’ e atuar como agente para outra pessoa/grupo, no caso, como vereador afirma que não irá representar o movimento negro e nem o movimento LBGT. O fato de o discurso ter sido filmado e postado em um canal da plataforma YouTube compõem, desde a espetacularização e midiaticização da política, temas discutidos há um tempo na área de Comunicação Social às formas de utilização das plataformas digitais pelos políticos para

ascender e governar. Por negarem a mediação social dos profissionais da comunicação social (jornalistas), alguns políticos, como é o caso do atual presidente do país (Jair Bolsonaro), dão informações públicas por meio de *posts* (postagens em redes sociais, como Twitter, Facebook, Intagram, YouTube etc.), tornando-se extremamente comum em matérias jornalísticas frases como ‘o presidente postou em seu perfil’. Trata-se, assim, de uma estética de discursos (‘oficiais’) sem mediação (tradicional) e seguindo, via de regra, a estética e o léxico da esfera pública técnico-midiatizada.

Um vídeo que foge à prestação de contas é “Quem são os verdadeiros heróis negros? | Especial dia da Consciência Negra”, publicado dia 20 de nov. 2018. Com cenário institucionalizado (escritório com paredes pintadas com logomarca do MBL), o político-youtuber começa o vídeo comendo um lanche que parece ser uma alegoria ao ‘pão com mortadela’<sup>147</sup>, mas não fica claro e não tem continuidade. Ao pegar o ‘lanche’, faz onomatopeias que significa ‘vontade de comer’ (‘nhami’, ‘nhami’, ‘nhami’, ‘nhami’) e a cena está em preto e branco. Dá uma mordida e, na sequência, com um corte bruto, volta para o rosto de Fernando Holiday (com vídeo colorido e sem vestígios do sanduíche) que diz que quando o tema é Consciência negra, a ‘extrema esquerda’ (que teria se apropriado do movimento negro, segundo sua perspectiva) busca reescrever a História e criar mitos. Em suas palavras:

Como o próprio Zumbi dos Palmares, que não lutou contra o racismo ou contra a escravidão, simplesmente até mesmo porque esses termos não existiam à época, e acabam apagando verdadeiros personagens. E, esses, sim, fizeram e conseguiram grande sucesso nas suas lutas em favor dos negros, num tempo bem complicado. É sobre eles que nós vamos falar no vídeo de hoje. Mas, antes, não esquece de dar aquele like, se inscrever no canal e tocar o sininho para receber as notificações. (QUEM..., 2018, 00:00:15 - 00:00:44).

A fala do ‘político-influenciador digital’ tensiona o regime de representação que, nas décadas de 1970, 1980 e 1990, fora tensionado (e, de certa forma, ainda é). Nessa perspectiva, é possível perceber a plasticidade da representação que elege alguns nomes como verdadeiros heróis, os quais são questionados momentos depois, no caso, o ‘herói da vez é Zumbi dos Palmares’ que, segundo Fernando Holiday, não é um herói. A representação é um processo sem fim, pois a significação do símbolo repousa no futuro e não há garantias. A construção

<sup>147</sup> O pão com mortadela é ‘gíria’ oposta à ‘coxinha’. Sendo que os ‘coxinhas’, gíria ressignificada de ‘pessoa certinha’, foi criada para estereotipar e fixar pessoas e grupos que, no contexto das manifestações de junho de 2013 (e posteriores) manifestaram-se contra o governo (no caso, PT) (FAGUNDEZ; TEIXEIRA, 2015). Já ‘pão com mortadela’ são pessoas e grupos estereotipados e fixados como manifestantes que apoiavam o PT. A expressão remete ao ‘pão com mortadela’ que manifestantes favoráveis ao PT receberam e que teria sido paga pelo próprio partido (BRASIL, 2015). Simplista dessa forma, como a maioria dos processos de representação pelo estereótipo.

discursiva do vereador-youtuber se faz a partir da falácia, um argumento que tem premissas verdadeiras e falsas construindo um silogismo que não condiz com a realidade. Trata-se, também, de uma estratégia de comunicação binária ‘sim e não’, ‘certo e errado’ etc., reduzindo complexidades sociosemânticas à termos que vem impregnados de juízo de valor e moral. Como já falei sobre a institucionalização do dia 20 de novembro, passo para outro ponto que me chamou atenção no vídeo e que também está relacionado ao regime de representação.

Fernando Holiday elege como verdadeiros heróis Luiz Gama, Teodoro Fernandes Sampaio, Francisco de Paula Brito, Ernesto Carneiro Ribeiro e André Rebouças<sup>148</sup>, certamente, nomes importantes para História do país e da população negra. O que chamo atenção é para substituição de heróis, e faço-o lembrando o ensinamento de Campbell (1997) sobre o herói: um arquétipo de ‘mil faces’ e a construção do mesmo se dá por meio de uma narrativa, uma jornada, que tal como em enredo de obra literária ou cinematográfica, é preciso ter um(a) protagonista e os demais são coadjuvantes ou antagonistas.

Nesse jogo das representações, seriam citados os nomes dos heróis por Fernando Holiday, mas Zumbi não. Uma articulação de ‘tire um’ e ‘coloque quatro’ parece interessante, sobretudo ao se pensar na ideia de ‘proporcionalidade’ (discutido na subseção 4.2). Contudo, pensando em símbolo, temos duas representações de formas de luta da população negra, sendo uma que traz a ideia de uma liderança de ação coletiva (Zumbi dos Palmares) e outra ações institucionais feitas por indivíduo ‘bem-sucedidos’ profissionalmente (em nenhum momento é negado que os heróis sofreram racismo).

Entre o ‘guerrilheiro revoltado’ e ‘profissional liberal’, qual representação se aproxima mais da figura do enunciador? O ciclo da jornada se fecha em: ‘troque quatro militantes negros por um vereador negro’. Não há um desconhecimento sobre quem é Zumbi ou as formas de representação em torno dele por parte de Fernando Holiday. Pelo contrário, disputa-se por dentro do regime de representações outras formas de agência política negra. Uma vez explanada essa questão, fecho o ciclo com o ‘Holiday de 2018’ e caminho para Bahia.

O canal “10Ocupados” teve uma produção de 64 vídeos em 2018. Começaram postando em 12 jan. de 2018, o vídeo “Tempos de arraia (remake) - Tempos de Infância”, e finalizaram com “Retrospectiva 2018 - 10ocupados”, publicado 28 dez. 2018. Os temas foram: ‘tempos de infância’, com ‘especial o pestinha do bairro’, ‘tempos de escola’, ‘brincadeiras de rua’, ‘festas populares’ como a de São João, ‘eleições com debates entre personagens caricatos (Sucrilhos Boladão ‘3838 na cabeça’ e Apolinário Jackson ‘comida para o povo’), representação

---

<sup>148</sup> A história é citada entre 00:07:35 - 00:08: 50, mas não o apresenta, como fez com os demais. Penso que seja um erro de edição do vídeo.

‘humorística da população LGBT’ e ‘temas da sociabilidade masculina’. Sobre esse último tema, cito os vídeos “Meu primeiro pentelho (Tempos de Infância)”, publicado em 28 jan. 2018, e “Meu primeiro amor”, publicado 4 maio 2018. Embora a temática ou a forma de fazer atravessem outros vídeos, os citados são uma retratação mais direta da “Casa dos Homens”.

A ‘casa dos homens’ são espaços de socialização, nos quais quaisquer características que possam ser lidas como desviantes da ‘masculinidade viril’ devem ser corrigidas. Conforme as ressignificações que Daniel Welzer-Lang (2001) faz das pesquisas de Maurice Godelier (1982), os espaços são:

[...] lugares monossexuados (pátios de colégios, clubes esportivos, cafés..., mas mais globalmente o conjunto de lugares aos quais os homens se atribuem a exclusividade de uso e/ou de presença) estrutura o masculino de maneira paradoxal e inculca nos pequenos homens a idéia[*sic*] de que, para ser um (verdadeiro) homem, eles devem combater os aspectos que poderiam fazê-los serem associados às mulheres. Eu propus, referindo-me aos trabalhos de Maurice Godelier (1982), nomear o conjunto desses lugares e espaços como a ‘casa dos homens’. (WELZER-LANG, 2001, p. 462).

Ainda sobre a ‘casa dos homens’, é preciso acrescentar que:

Em nossas sociedades, quando as crianças do sexo masculino deixam, de certo modo, o mundo das mulheres, quando começam a se reagrupar com outros meninos de sua idade, elas atravessam uma fase de homosociabilidade na qual emergem fortes tendências e/ou grandes pressões para viver momentos de homossexualidade. Competições de *pintos*, maratonas de punhetas (masturbação), brincar de quem *mija* (urina) o mais longe, excitações sexuais coletivas a partir de pornografia olhada em grupo, ou mesmo atualmente em frente às *strip-poker* eletrônicas, em que o jogo consiste em tirar a roupa das mulheres... Escondidos do olhar das mulheres e dos homens de outras gerações, os pequenos homens se iniciam mutuamente nos jogos do erotismo. (WELZER-LANG, 2001, p. 462).

Uma vez demonstrado uma narrativa sobre o conceito da ‘casa dos homens’, volto aos vídeos. No primeiro, o personagem de Dum Ice compra uma peruca loira de Thiago para colocar na região da genitália e ‘se exhibir’ para os outros garotos (sem nome e interpretado por Eris Sena, Aldamen e Lukas Lelé). Já o segundo vídeo fala que o primeiro amor do personagem de Thiago é um travesseiro. Thiago, após uma conversa com ‘os pivetes’ (Eris Sena, Lukas Lelé e Dum Ice), volta para casa e se masturba com um travesseiro (seu primeiro amor), na sequência é descoberto pelos ‘pivetes’ que pensam uma forma de ‘sacaneá-lo’. Assim, Eris Sena e Lukas Lelé chamam Thiago que sai do quarto e Dum Ice entra e se masturba no mesmo travesseiro. O enredo se faz humor pela substituição direta de ‘uma mulher’ por um ‘travesseiro’ e narra uma traição sexual. Os vídeos se distanciariam da ‘casa dos homens’, no sentido de ela ter que

ficar distantes dos olhos de mulheres e de homens de outras gerações (e fora publicizada), mas muito próxima quanto aos processos e espaços de socialização masculina.

Outro vídeo, “Blitz Policial”, publicado 28 set. 2018, que tem a descrição “Todo cidadão tem direito a tomar seu baculejo, porem[sic]quando os policiais são um pouco diferentes a abordagem se torna meio estranha e fora dos padrões” (BLITZ..., 2018, texto digital), traz policiais fazendo uma *blitz*. Na primeira cena, param uma moto com o piloto sem capacete, sem carteira de habilitação e carregando uma pessoa na garupa (que está de capacete), mas após instantes são liberados. Na sequência, outra moto é parada. Quem pilota, desta vez, é o personagem que estava na garupa no quadro anterior (Marcos Froes), e mesmo com capacete e documentos, leva um ‘baculejo’<sup>149</sup> que é finalizado com um: ‘nunca mais apareça nessa vila aqui, por que aqui tem comando’. O próximo quadro é um ‘baculejo coletivo’ em três ‘pivetes’<sup>150</sup>, mas um dos pivetes diz “você sabe de quem eu sou filho?”. O humor nesse vídeo acontece acionando as memórias da truculência das abordagens policiais em ‘territórios perigosos’ e como há um ‘jeitinho brasileiro’ de contornar se dominar o drama do “você sabe com quem está falando?” (DAMATTA, 1981). Uma vez apresentados os esquetes humorísticos dos 10Ocupados, em 2018, cruzo a linha entre as expressões artísticas e as das artes cênicas e vou para música, com Péricles.

O “Canal do Pericão” abre os trabalhos em 2018. Péricles, inspetor de colégio de periferia, Péricles Exaltasamba, da carreira solo, o musicista, se faz, agora, um youtuber. Isto porque, além dos vídeos com músicas suas há também entrevistas que o cantor faz com outras pessoas, como também outros quadros. Inicia com “Resenha do Pericão #01 - Arlindo Cruz”, publicado 12 abr. 2018 que inaugura o quadro ‘Resenha’, fala sobre um artista ou conversa com um (via de regra, do mundo do samba ou do pagode). O ano é finalizado com o vídeo “Péricles - mensagem de Natal”, publicado em 24 dez. 2018.

Analisar o canal de Péricles é voltar à Vila Cafezal (Aglomerado da Serra, BH-MG), no final dos anos 1990, quando adolescente ouvia o grupo Exaltasamba no rádio. Agora, além da memória de experiência vivida trago algumas questões simbólicas como do vídeo “Resenha do Pericão #02 - Mulheres no samba”, publicado no dia 19 abr. 2018. Neste vídeo, Péricles fala que a equipe fez uma pesquisa e está usando como referência a matéria que Juliana Gonçalves publicou na Revista Trip, com título: “5 mulheres que transformaram o samba – para conhecer e reverenciar” (2017). No vídeo, fala sobre Clementina de Jesus, Jovelina Pérola Negra (com

---

<sup>149</sup> Revista feita por policiais, via de regra em locais públicos, na qual colocam a pessoa revistada com os braços e pernas abertas contra a parede.

<sup>150</sup> Com exceção de Dum Ice, não consegui identificar os outros dois atores.

quem Péricles tocou e conta, em tom de diversão, ter aprendido os piores palavrões), Dona Ivone Lara, Leci Brandão (destaca a versatilidade da artista que, segundo ele, além de conhecer profundamente a velha guarda e ala das baianas de todas as escolas de samba de São Paulo e do Rio de Janeiro, ter parcerias com rappers e circular nas periferias de São Paulo, é também deputada estadual), Teresa Cristina (a matéria jornalística vai até ‘a diva da lapa’), Eliana de Lima, Alcione (destaca o trabalho da cantora no projeto ‘Mangueira-mirim’) e Beth Carvalho. O vídeo fala sobre as histórias das mulheres e vai além da carreira como artista, pois Péricles chama atenção para as outras ações desenvolvidas por elas (as mulheres do samba) e para história social do país.

Outro vídeo que ‘dou *play* da análise’ é “Resenha do Pericão #04 - Na escola”, postado dia 3 maio 2018. Em quatro minutos, o cantor fala da Escola Municipal Álvarez de Azevedo, onde trabalhou de 1990-1993, como inspetor de alunos. Além de falar sobre um dos seus empregos antes de ser cantor, ‘conta sobre a reflexão que teve quando se tornou pai e afirma que o que aprendeu na escola o auxiliou e auxilia a criar os filhos’ (Lucas Morato e Maria Helena), principalmente pelo fato de a escola estar ‘localizada na periferia que possui suas leis, as quais fizeram com que muitos se perdessem’, e finaliza cantando “A amizade” (em homenagem duas ex-alunas e um ex-alunos, amigos do musicista). O vídeo, como os demais do ano de 2018, tem um tom de alegria de esperança, e parece-me ser a embocadura escolhida, pois em “Na escola” fala-se dos processos de superação dos amigos (três pessoas que acompanharam a gravação e que conviviam com ele durante o tempo em que trabalho na escola), as quais, mesmo submetidos as leis da periferia, não se perderam e são ‘cidadãos e pessoas bem sucedidas’.

Assim, inaugura uma terceira percepção sobre a escola, pois, conforme apareceu nos discursos dos vídeos até o momento eram: um local de trauma (“Gabi Oliveira”, “Afros e Afins - Nátaly Neri” e “Muro Pequeno”) ou um local de continuar brincando (“10 Ocupados”). A escola para Péricles é apreendida discursivamente como o espaço de educação para a superação, principalmente quando se está em uma periferia. Entretanto, parece-me que a voz do sujeito enunciativo é mais em terceira pessoa, no sentido de não falar de sua experiência enquanto aluno (fala enquanto um funcionário que foi - inspetor): ‘Vejo como é importante para eles’ é o dito e não diz ‘como é importante para mim’, embora tenha falado da importância do espaço para sua formação – destacando que a formação a qual se refere é de um Péricles já adulto e trabalhando. O acionado é o lugar genérico ‘educação’ e não o ambiente escolar, no qual crianças negras têm, na maior parte das vezes, sua primeira experiência de racismo e

preconceito. No eixo ‘Rio-Sampa’, saio do “Canal do Pericão” e entro no de “Gabi Oliveira” que, em 2018, volta a morar no Rio de Janeiro, mas antes fez intercâmbio nos Estados Unidos.

Gabi Oliveira produziu 60 vídeos no período. Iniciando com “Como foi ser embaixadora? | DePretas”, publicado 4 de jan. 2018, finaliza com “Abrindo melhor presente de Natal 🍷 | DePretas”, publicado dia 25 dez. 2018. Além dos temas recorrentes como: cabelo; maquiagem; resenha de produtos de beleza; opinião sobre filmes (esse contou com a estreia do filme “Pantera Negra”<sup>151</sup>), livros e séries; trouxe outros, como a experiência do intercâmbio, sobre morar só e começar a cozinhar, e também as eleições presidenciais 2018.

Cito três vídeos. O primeiro é “Tour pelo meu rosto | Papo DePretas”, publicado em 12 jan. 2018, no qual fala sobre seus traços, como foi o processo de se entender como uma mulher bonita e como foram ruins os apelidos que recebeu durante a infância no ‘tempo de colégio’ por conta desses mesmos traços. Outro vídeo a ser citado é “Oi! Por que sumi? | Live DePretas”, uma live transmitida no dia 26 mar. 2018, na qual a youtuber fala sobre o retorno do intercâmbio que fez para os Estados Unidos (nele, teve problemas com a agência) e o impacto que teve a morte da Marielle Franco (gerando medo, porque recebe muitas mensagens de ódio e passou a ficar assustada com as possibilidades de sofrer violências, tanto ela como as amigas que trabalham em militância na rua).

E, por fim, entre os citados, trago o vídeo “Guerreira pra quem? | Papo DePretas”, publicado em 28 ago. 2018. Trata-se de um produto audiovisual que aborda o estereótipo da mulher negra como uma pessoa forte e guerreira, assim, ao longo de 4 minutos, a youtuber tenta desconstruir a ideia dizendo ‘que não é uma guerreira, embora esteja em uma guerra que foi socialmente construída’. Continua o argumento afirmando que ‘sua mãe não tinha outra escolha que não acordar cedo, trabalhar e ir para aula noite por que é lutadora nata, mas que foi necessário lutar por conta das desigualdades sociais’. E lembra de que, por conta desse ‘estereótipo, as mulheres negras estão mais propícias a sofrerem mais violência obstétrica e a receberem menos anestesia’.

Sobre esse assunto, o texto “A cor da dor: iniquidades raciais na atenção pré-natal e ao parto no Brasil”, de Maria do Carmo Leal *et al.* (2017), apresenta uma análise criteriosa da pesquisa nacional “Nascer no Brasil: Pesquisa Nacional sobre Parto e Nascimento” (entrevista e avaliação de prontuários de 23.894 mulheres entre 2011 e 2012). O artigo aponta que a

---

<sup>151</sup> A youtuber grava o vídeo “Pantera Negra além da representatividade | DePretas”, publicado 28 mar. 2018, no qual fala sobre suas impressões sobre o filme. Também brinca dizendo que, como muitas outras pessoas negras, aplaudiu o filme no cinema e finaliza dizendo que o que mais gostou foi o fato do filme ‘vender uma utopia’, porque o lugar e as representações sobre as pessoas negras sempre estiveram em posições subalternas e ‘duras’. Wakanda (reino fictício da obra) traria um alívio, ainda que momentâneo.

melhoria da saúde demanda da eliminação de iniquidades raciais, mas que só o setor da saúde não dá conta, por isso; “[...] é fundamental ampliar o debate e a conscientização com propósito de identificação e enfrentamento das práticas que potencialmente resultam nas iniquidades verificadas, o que necessariamente passará por medidas educativas voltadas aos profissionais dos serviços de saúde.” (LEAL *et al.*, 2017, p. 14).

Dito isso, aperto o ‘*play* da análise’ com “Marcas e Projetos Sociais? | DePretas”, publicado dia 9 out. 2018, no qual fala sobre trabalhar com marcas, como, por exemplo, ‘estar embaixadora da marca Seda’, e discorre sobre como analisa esse processo. Diz procurar saber se as ‘marcas possuem processos internos para fomentar a diversidade ou se é apenas nas propagandas’, ‘projetos sociais que tem abatimento fiscal, mas que ainda assim vê como propostas relevantes’. Então, apresenta a plataforma “Plano de Menina” e pede opinião das pessoas sobre o tema. Aponta que, para que se ‘localize o assunto na internet, as pessoas devem usar a *hahstag* #outubrogabio’. A forma do vídeo está entre a ‘cultura da indicação’, discutida no texto de Verônica L. de Souza (2019), e *merchandising*, o aparecimento de produto ou marca em uma situação não explícita de publicidade e propaganda.

Antes de adentrar a discussão do vídeo, vale destacar que, desde 2016, o YouTube tem a função “Contém promoção paga” e um conjunto de regras, atualizadas em 2021, para inserção de vídeos patrocinados na plataforma (ADICIONAR..., s/d). Voltando ao vídeo, esse não traz a descrição literal ‘Contém promoção paga’, entretanto, se vale de um recurso bastante comum, que é trazer a logomarca do produto, marca ou serviço sobre o(a/e) youtuber está falando. No caso, na parte superior esquerda, tem a logomarca do projeto “Seda co-criações/ Embaixadora”, ‘informando que se trata de um vídeo patrocinado’.

Assim sendo, entre ‘indicação’ e *merchandising*, a youtuber, que é formada em Relações Públicas, explica como vê a relação das marcas com o que pode ser chamado de “marketing de causas” e “marketing para a transformação sociocultural” (ver capítulo 3) sem dar esses nomes, e diz que sabe da existência do capitalismo e que as empresas tem a intenção de lucrar com isso, mas que também há ganhos social. Dessa maneira, ao falar isso, o não-dito é o “empreendedorismo de si” (abordado no capítulo 2), pois se não é ‘ruim’ que as marcas façam o ‘marketing de causas’ ou ‘marketing de transformação sociocultural’ (posto que há ganhos sociais com as ações e projetos), também não seria ruim que ela, uma youtuber que fala de questões sociais importantes, faça vídeos patrocinados e/ou seja embaixadora de uma marca de produtos para cabelo que ‘está pensando a questão racial’.

Antes do vídeo anterior, no dia 3 out. de 2018, Gabi Oliveira postou o vídeo “Em quem votar? | DePretas”, no qual diz que, ‘embora nunca tenha falado sobre partido político, pois esse

não é o intuito de seu canal’, naquele vídeo precisava falar sobre política representativa, isto porque, se os temas do canal são ‘inclusão, empregabilidade, avanços sociais, questão racial, possibilidade de escolha de não ter as mesmas profissões que as mães e as avós, sobre ter feito faculdade, genocídio e encarceramento da população negra, falta de acesso à informação’, é por que seu canal é um canal que fala sobre política. Ressalta também que não está pedindo para que se vote em um candidato, mas convida as pessoas a votarem e que escolham bem o(a/e) candidato(a/e).

Seu discurso é informado pelas pesquisas e matérias que falavam que muitas pessoas não iriam votar em 2018, porque não se sentiam representadas pelo(a/e)s candidato(a/e)s. Indica, no comentário do vídeo, três plataformas para auxiliar as pessoas a se decidirem, a saber: para ver as pautas defendidas por candidato(a/e)s tem relação com a pessoa (<https://merepresenta.org.br>); calculadora para mensurar qual candidato(a) a presidência tem mais relação com o(a/e) eleitor(a/e) (<https://oiceberg.com.br/calculadora/>) e um guia para escolha de candidato (<https://www.youtube.com/watch?v=4QUnE...>). O vídeo traz a *hashtag* #Elenão.

Na mesma perspectiva, no dia 25 out. 2018, quatro dias antes do segundo turno das eleições presidenciais de 2018, onde disputavam Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT), a youtuber publica o vídeo “Pra quem ainda consegue ouvir | DePretas”. Ambos os vídeos (“Em quem votar...” e “Pra quem ainda consegue ouvir...”) podem ser enquadrados como manifestações que diversas celebridades e artistas fizeram apoiando candidatos em seus perfis de redes sociais digitais (e que foi reproduzido pelos influenciadores digitais). As analogias do segundo vídeo, “Pra quem ainda consegue ouvir”, apontam que há decepção com o PT, mas que não há horizonte de expectativas com o outro candidato. Essa fala de Gabi pode ser lida como um ativismo? No digital tem ativismo? E, com essa pergunta, parto para o canal “Afros e Afins – Nátaly Neri”.

No período, a youtuber produziu 46 vídeos, e foi embaixadora do *YouTube For Change*, pelo qual fez o documentário “Negritudes Brasileiras”, publicado em 12 nov. 2018, com duração de 58 min. Iniciou o ano com a publicação do vídeo “Minha finalização sem definição: Blowout | Nátaly Neri”, em 3 jan. 2018, e fecha o ciclo anual com “Os nossos porquês - #NatalNatura”, em 10 dez. 2018. Os temas abordados nos vídeos do canal em 2018 foram: cabelo; brechó e moda; relacionamento interracial; saúde emocional; namoro à distância; mas também sobre ser embaixadora do projeto *YouTube For Change* (“Virei embaixadora do Youtube globalmente - Creators For Change, publicado 29 maio 2018), sobre Marielle Franco (“Marielle Franco, presente, publicado 2 abr. 2018) e sobre as “pausas necessárias” (publicado

6 set. 2018, aborda o ‘trancamento da faculdade para se dedicar ao projeto do documentário’ e que ser youtuber é a profissão dela).

Descrição feita, falo do vídeo que deu título a essa subseção: “Ativismo de internet é ativismo?”. Publicado em 12 abr. 2018, fala da importância dos movimentos sociais se comunicarem digitalmente e faz uma separação entre o que denomina de ‘movimentos sociais do digital’ e os ‘movimentos sociais de rua’ (tipifica como ‘de rua’ os: coletivos, movimento estudantil, organizados de partidos políticos). Acrescenta que houve uma ‘ampliação das discussões, mas que a forma com que as coisas são discutidas no digital foram modificadas, bem como o foco das pautas’ e acrescenta que houve uma ‘superficialização’. Dessa forma, cita, como exemplo, o ‘feminismo de internet’, que absorve as pautas de correntes distintas, de acordo com interesses pessoais (afirma achar interessante essa perspectiva). Aponta que a ‘superficialização existe devido às características do meio digital, que centra na quantidade de informações que chegam e na dificuldade de focar em um tema’.

Outro assunto tratado no vídeo é a ‘individualização’. Sobre isso, a youtuber diz que vê isso no próprio trabalho, pois, ao se colocar como o tema abordado nos vídeos, esses ficam mais palatáveis e o público entende melhor’. Além disso, o consumo é individual. Continua dizendo que todas essas características dificultam a formação de uma consciência coletiva, que considera ser a primeira mudança provocada pelos ‘movimentos sociais de rua’. Nas palavras da youtuber:

E aí esse individualismo, talvez, causado com essa relação com a internet, segundo essa minha linha de raciocínio extensa, causa um outro fenômeno também que eu observo sobre as discussões sociais na internet e no digital, que é o fato dessas teorias se tornarem absolutamente aplicáveis à vida real e cotidiana, obviamente de acordo com os interesses de quem lê. E esse é um talento de pessoas que iniciam as discussões políticas na internet que eu realmente ... Admiro e me surpreendo. Como você não tem essa consciência de todo formada, de maneira consistente, ideias como organização do todo, coletividade, emancipação de classe, entre várias outras discussões acabam não sendo o foco. E aí, na maior parte dos casos, essas pessoas, vocês, a gente costuma pegar essas teorias, absolutamente teóricas e absolutamente abstratas, e aplicar na sua realidade local. Na realidade familiar, no bairro [...] ou as nossas relações com nós mesmos, enquanto autoestima, enquanto empoderamento. [...] O que estou dizendo é que, na internet, faz com que o indivíduo se torne fonte de informação e referência para pautar suas próprias discussões dentro desses espaços sociais. Transformando a suas subjetividades também. (ATIVISMO..., 2018, 00:05:45 - 00:07:18).

Faço uma pausa na descrição do vídeo para dar o ‘*play* da análise’. Leio a linha argumentativa como tentando complexificar o que é ativismo, levando em conta as dimensões de perdas, mas também das potencialidades do uso do digital. O momento que optei em transcrever e não descrever é por que parece-me, ao mesmo tempo, uma metalinguagem (um

vídeo falando sobre o que é o ativismo digital, querendo ser ativismo digital, de acordo como a forma que a youtuber enxerga o ativismo digital) e um discurso contraditório, pois, com exceção do transcrito “essas pessoas, vocês, a gente” – no qual o sujeito enunciador (youtuber Nátaly Neri) se coloca no discurso com o recurso de enumeração, sendo ela a última enumerada –, o sujeito a quem se dirige o discurso é o ‘nós’. Não há o uso do pronome pessoal “eu”, mas sim o “a gente”, que é um pronome pessoal que substitui o pronome pessoal do caso reto ‘nós’ e possui o mesmo valor semântico.

Fugindo da análise de discurso clássica, chamo a atenção apenas para o recurso linguístico de terceira pessoa do plural ‘nós fazemos isso’, no lugar do ‘eu faço isso’, tal como vocês (o ‘tu’, em conversa direta com interlocutor que a compreenderá, por também fazer) ou ainda ‘as pessoas’ (‘eles’, as pessoas da internet, aqueles com quem não tenho relação e vejo como distante, mas que também fazem a mesma ação). O que vejo é uma singularização do que o outro (eles e tu) faz e uma pluralização do que a gente (nós) fazemos. Não tenho ‘ferramentas’ no compartimento ‘Análise de Discurso’ da caixa que carrego nessa ‘estrada-escrita’ para fazer outras inferências que não a semântica-sintática descrita acima, contudo, apresento outras ferramentas que pertencem a outro compartimento da caixa nos próximos parágrafos.

Para além do dito (em si), tem-se a questão do que informa o dito, no caso, vejo a sociabilidade de uma geração que nasceu e foi criada na era da internet e entra na “[...] vida adulta tendo que encarar a chegada da crise ao Brasil e o conseqüente reavivamento de históricos conflitos redistributivos: tanto de ordem econômica quanto de reconhecimento.” (MISKOLCI, 2021, p. 31). Nesse contexto, os sujeitos tendem a agir como empreendedores de si a partir de suas identidades e contra-atacam os mediadores sociais tradicionais, como intelectuais e jornalistas. Desse modo, de maneira “[...] esquemática, o individualismo neoliberal das redes sociais on-line promove formas de pensamento padronizadas, afeitas à fácil assimilação e disseminação, gerando engajamento coletivo a ideias que se opõem às formas de pensar reflexivas [...]” (MISKOLCI, 2021, p. 47). Entretanto, a conclusão do sociólogo se distancia da feita pela youtuber, pois Miskolci (2021) aponta que essa forma não apenas empobrecendo o debate, mas promovendo silenciamentos, cancelamentos e escrachos públicos. Assim, o reconhecimento político demanda de mudanças estruturais e no contexto da esfera pública técnico-midiatizada as demandas passam a se confundir com reconhecimento midiático.

Voltando ao vídeo, a youtuber fala sobre a sensação que tem ao ver as pessoas ‘entendendo que um post na internet seria a síntese das pautas históricas dos movimentos sociais’ e afirma que não é isso que deveria acontecer. Acrescenta que essa característica faz com que se quebre laços. Na sequência, diz que, mesmo assim, as discussões na internet são

importantes, por que ‘as pessoas da internet sabem pressionar’. Como recurso argumentativo, a youtuber volta a falar do ‘outro’ – as pessoas da internet – e abandona o ‘nós’, para descrever que ‘eles’ olham para uma postagem e a tomam como a pauta dos movimentos sociais, sem querer aprender a história daquela pauta dentro do referido movimento social. O não dito, pelo ‘não deveria ser assim’, é “‘eles’ fazem, ‘eu’ não faço” e esse fazer é incorreto.

Outro ponto destacado pela youtuber é que o que acontece na internet é informado pelo social (cita Pierre Lévy) e finaliza apontando as potências de disseminação de informação pela internet. Nátaly Neri diz que:

[...] a gente não precisa viajar para a América do Norte para saber Black Lives Matter é uma das grandes pautas dos movimentos negros norte-americanos. A gente não precisa ser iniciado nos movimentos sociais, achar um coletivo físico próximo de casa para aprender e discutir algumas coisas fundamentais para nossa existência hoje e sobrevivência amanhã [...]. E acho isso foda demais. Outra coisa incrível sobre a internet é que ela não é espaço de observação passiva, pelo que eu observo, uma vez que o indivíduo também produz informação e também coloca sua subjetividade como pauta. O quê, em um primeiro momento, pode parecer ruim, em um segundo, cria conexão e identificação de uma forma muito maior. Engaja e direciona o discurso político para pessoas que talvez não se veriam representadas dentro deles. E, quando a gente vai ler a literatura de movimento sociais, dentro das Ciências Sociais, por exemplo, a gente vê que uma das grandes questões para os movimentos sociais no geral é engajar o grande público. É mostrar que as discussões políticas são, sim, para essas pessoas. E quebrar de vez aquela ideia de que política e religião não se discutem. A internet consegue fazer isso com excelência, e eu acho isso realmente incrível. Eu acho que a internet é esse espaço hoje muito recente para se discutir essas coisas. Então, as coisas ainda estão se adaptando, estão tomando o rumo. Eu acho que ela é um espaço muito importante para atualizar e repensar, aplicar e resgatar fundamentalmente coisas importantes para os movimentos sociais, no geral e, principalmente, criar coisas novas, pensar algo a partir da nossa realidade presente. (ATIVISMO..., 2018, 00:13:16 - 00:14:47).

Perante o exposto, não me demorarei muito, apenas retomo rapidamente o que escrevi no capítulo 2 e 3 sobre a sociabilidade programada (BUCHER, 2012, 2018), as linguagens de programação que geram a Web Semântica, como, por exemplo, a *Semantic Web Rule Language* e a navegabilidade algorítmica (LOVELUCK, 2018). Essas questões, que formam o momento pós-2010 da internet, criam *clusters* semânticos e informativos, assim, a existência digital vira um ‘gambá cheira gambá’, isto é, o que parece ser plural, diversos e múltiplo, como apostavam os ‘teóricos da ciberdemocracia’, se configurou como uma ‘utopia digital’ (RENDUELES, 2017). Além disso, ainda existe o fenômeno do ‘modelo preditivo e captura do futuro’, no qual não se produz saberes “[...] sobre um indivíduo identificável, mas usar um conjunto de informações pessoais para agir sobre similares. O perfil atua, ainda, como categorização da conduta visando a simulação de comportamentos futuros.” (BRUNO, 2008, p. 12).

Na perspectiva de ‘captura do futuro’, da professora Fernanda Bruno, não é que o ‘sujeito produza informações a partir de suas subjetividades’ (como afirma a youtuber), mas

Os rastros heterogêneos coletados e minerados constituem gigantescos arquivos que operam como ‘memórias do futuro’ ou ‘biografias futuras’ (Bogard, 1996), a partir das quais se projetam perfis que pretendem agir antes do ato ou do fato, seja para incitar indivíduos ou grupos específicos em suas escolhas (como no marketing e na publicidade direcionada, ou nos serviços que oferecem maior conforto, velocidade ou eficiência nas plataformas digitais), seja para tomar medidas preventivas (como nas práticas securitárias ou em cálculos de risco). (BRUNO, 2013, p. 169).

Desse modo, o ‘preço’ do acesso à informação, encontrada em grupos das plataformas na Web atual, é gerar ‘histórias únicas’. Longe de determinismos tecnológicos (McQUIRE, 2011 *apud* PADILHA, 2015; WILLIAMS, 2016), é preciso acrescentar que a arquitetura da internet, sobretudo na era da plataformização, deve ser levada em conta de forma séria. Concordo com a youtuber de que há possibilidades de conexão e engajamento e isso está no texto de Reis (2012)<sup>152</sup>, no qual fala sobre a organização de movimentos sociais de mulheres negras latino americanas e caribenhas por meio da internet. Todavia, essa perspectiva possui fragilidades estruturais ao pensar identificação, pois parte da navegabilidade é direcionada por computadores invisíveis e as informações que chegam aproximam-se mais do campo semântico e perfil digital pré-existente do que de um discurso político novo. A inescrutabilidade algorítmica é um fator que pode gerar uma dupla alienação, como alertado por Jose Van Dijck (2016); sendo a primeira, uma a crença de que os dados seriam naturais e expressariam a realidade, e a segunda, uma ideia de que as plataformas de dados seriam tais como o sujeito que as usa: ‘neutras’.

Outro ponto é pensar a identificação a partir do Circuito de Cultura (ver capítulo 3), que é gerada a partir da articulação entre ‘*representação, identidade, consumo, regulação e produção*’ e, em se pensando a *identificação* com o conteúdo discursivo de um *post* (imagem, texto, audiovisual, áudio, meme, GIF, etc.), é preciso levar em consideração o plano de negócio da plataforma que está impresso na arquitetura da navegabilidade algorítmica (ver capítulo 2). Entretanto, é claro que é possível que sujeitos, grupos e coletivos encontrem as fissuras da estrutura da internet e orientem suas ações a partir disso.

---

<sup>152</sup> É preciso dar vista que o ‘objeto’ da pesquisa de Marilse Reis (2012) é a *Red de Mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diaspora*, que tem uma história que precede a existência das plataformas digitais e contou com diversas articulações e encontros presenciais antes de se valer da internet para se organizar, desde 1981. Trata-se, então, de um movimento social internacional que utiliza a internet e não um movimento social nascido com, na e por meio da internet. Para fechar esse adendo, a pesquisa é publicada em 2012 (com campo feito antes), momento da transição de tecnologias da história da internet e diversos fatores mudaram sociotecnologicamente de 2012 para 2018 (momento da fala da youtuber).

Por fim, sem resposta ao ‘ativismo digital é ativismo’, dou pausa no ‘botão’ de análise e encerro o caminhar por 2018. Este foi um ano marcado pela morte da vereadora Marielle Franco, pelas eleições presidenciais que elege Jair Bolsonaro, pela participação de dois canais (“Afros e Afins” e “Muro Pequeno”) no projeto *YouTube for Change*, pelas ‘afrotretas’ digitais, e também pelo começo das ‘resenhas’ do Pericão e do canal do político-influenciador digital Fernando Holiday. Questões relacionadas à profissionalização dos canais foram aprofundadas e demonstram a articulação entre *representação, regulação, produção, consumo* e performados a partir da *identidade*. Fecho com essa linha os trabalhos de 2018.

#### 4.5 “VAMOS CONSTRUIR NOSSAS REFERÊNCIAS?” E “NÃO VAI TER GOLPE” EM 2019

A chegada de 2019 não era muito esperada, pois dia 01 de janeiro assistiríamos a posse do presidente Jair Bolsonaro. A alegria de ter iniciado o doutorado contrastava com o cansaço e a necessidade de demonstrar o quanto a ciência era importante. Ainda em janeiro, vimos as forças nacionais de segurança – autorizadas pelo, então, ministro da justiça e segurança pública, Sergio Moro – adentrarem às ruas de Fortaleza (FORÇA..., 2019). O ano estava apenas começando e, em 25 janeiro, o rompimento da barragem de rejeitos de minério de ferro em Brumadinho deixa centenas de pessoas mortas e outras tantas desaparecidas, considerado um dos maiores desastres industriais do século XXI.

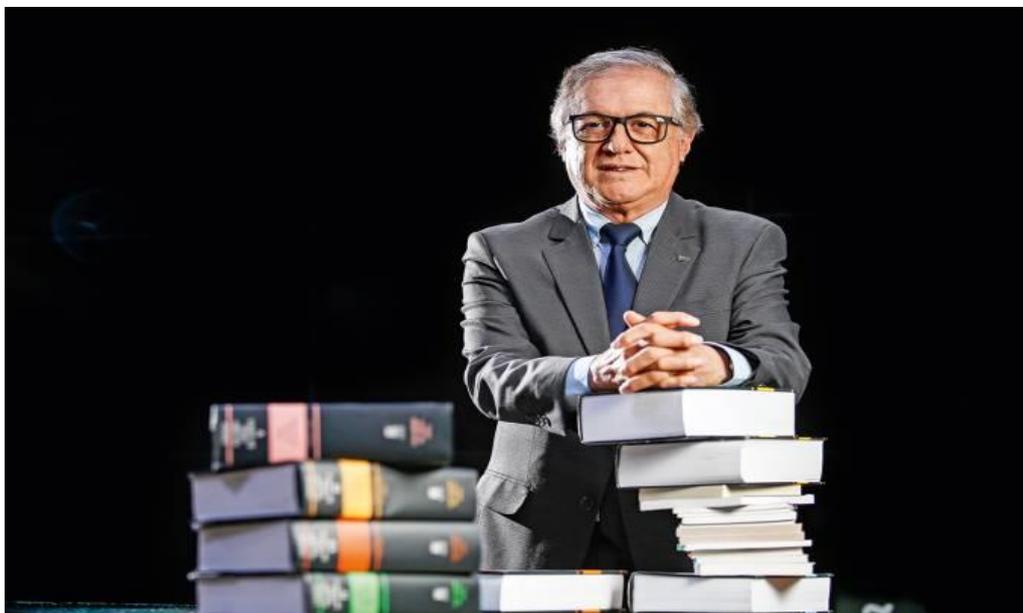
O ano seguiu e os acontecimentos no âmbito do governo federal eram lidos como estratégia de ‘fazer uma confusão’, esperando que todos falassem sobre e ‘voltavam com uma resolução simplista e com base no senso comum para resolver a confusão criada por eles’, as ‘cortinas de fumaça’, como, por exemplo, ‘menina de rosa e menino de azul’. Em 13 de junho, o Supremo Tribunal Federal (STF) determina que a discriminação por orientação sexual e identidade de gênero passasse a ser considerada crime, punida pela Lei de Racismo, Lei nº 77.716 (BRASIL, 1989) (BARIFOUSE, 2019).

A sensação é que 2019 começou ‘esquisito e terminou estranho’. As disputas por narrativas e regimes de representação se fizeram muito claros nesse ano. Um exemplo é a matéria jornalística “Faxina ideológica”, produzida pelos jornalistas Gabriel Castro e Maria Clara Vieira (2019), para as páginas amarelas da Revista Veja, em fevereiro de 2019, que trouxe a linha fina<sup>153</sup>: “O ministro da Educação diz que o sistema de cotas deve acabar, defende a volta

<sup>153</sup> Linha fina é um recurso do discurso visual, no qual com uma frase, em no máximo duas linhas, se complementa a ideia do título/manchete. Tem como função explicar o assunto introduzindo o tema.

da educação de moral e cívica e mensalidade nas universidades federais” e logo a baixo a seguinte imagem (ver Figura 12).

**Figura 13 - Ministro da Educação e sua faxina ideológica**



Fonte: Sem autoria (2019) – extraído de Castro e Vieira (2019)

Legenda: Ministro da Educação com os volumes da História Geral da África em primeiro plano.

Diante do título, linha fina e fotografia, vemos que havia um projeto de ‘faxinar’ as ideologias. As ações do ‘projeto-faxina’ eram eliminar o sistema de cotas, retornar com disciplina educação moral e cívica, e também mensalidade nas universidades. Outra parte da ‘limpeza e higienização’ está na imagem que ilustra a entrevista. A fotografia, quando lida junto ao título, permite que se faça algumas inferências, pois quando se faz uma faxina, é preciso primeiro organizar, ver o que fica e o que vai embora, suspender objetos para que se limpe embaixo deles e o que não tem mais serventia joga-se fora (lixo, recicláveis, doação etc.). Parece-me que os volumes da História Geral da África não estão entre os objetos que serão suspensos para que se limpe embaixo deles, por sua vez, aproximam-se imagetivamente daquilo que se reúne para ‘jogar fora’, um monturo, primeira parte da faxina.

Outro fato sobre regime de representação é o lançamento de dois filmes sobre o mesmo processo político. A narrativa cinematográfica com linguagem documental sobre o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff recebe duas versões, a saber: as obras “Democracia em Vertigem”, de Petra Costa (indicado para concorrer a categoria de melhor documentário do Oscar 2020), e “Não Vai ter Golpe”, de Fred Rauh e Alexandre Santo (versão do MBL).

Em meio a essa disputa – que vem de longe e para qual sabemos não haver garantias –, segui na labuta de acompanhar os canais do YouTube. Pensei que o título para a análise dos vídeos de 2019 pudesse vir do canal “Gabi Oliveira”, que fala sobre pessoas negras que são referência para ela. Trata-se do vídeo “Vamos construir nossas referências”, publicado dia 19 nov. 2019, que é sua participação na *hashtag* “Presença Negra” (sobre o subtítulo falo mais adiante).

Dessa forma, aperto o ‘*play* da análise’ nos vídeos publicados no canal “Gabi Oliveira”, que, nesse período, postou 32 vídeos, iniciando com “8 Práticas de autocuidado para tentar aguentar 2019 | Papo DePretas”, publicado em 4 jan. 2019, e encerrando o ano com vídeo que dá título à subseção, “Vamos construir nossas referências” (19 nov. 2019). Os temas sobre cabelo e maquiagem diminuíram proporcionalmente e manteve as resenhas sobre produtos para pessoas negras (cabelo, maquiagem, etc.), comenta o BBB, fala ainda sobre sua primeira tatuagem, primeira vez que surfou, porque parou de comer carne, volta a falar de escola (desta vez o tema foi como ‘combater o racismo na escola’) e o peso de ter que ser duas vezes melhor (por ser uma pessoa negra).

Além desses temas, Gabriela fala sobre Marielle Franco, no vídeo “Não somos todas Marielles, mas... #14m | Papo DePretas”, publicado 14 mar. 2019, no qual fala sobre a “segunda morte de Marielle”. O tema também foi discutido em um artigo de Leandra Cohen Schirmer e Aline Roes Dalmolin (2018). A segunda morte é a morte simbólica, após a morte física que, tanto para a youtuber quanto para as autoras Leandra e Aline (2018), é percebida a partir das desinformações e acusações sobre Marielle que foram disseminadas após seu assassinato. O vídeo é marcado com as *hashtags* #14M (433 vídeos em 261 canais) e #JustiçaParaMarielle (13 vídeos, 9 canais).

Dentre as possibilidades de construção de regimes de representação, existem diversas estratégias, e algumas trabalham com elementos de ‘raízes’ e outras de ‘rotas’ com processos de ‘traduções’ e ‘terceiro espaço’ (BHABHA *apud* RUTHERFORD, 1996). Assim, inicio a análise com o vídeo “Voltei para África | DePretas”, publicado em 6 jun. 2019. Nele, a youtuber fala sobre sua ida à África do Sul, um ‘vlogue de viagem’, que fala sobre desconstrução de estereótipos, o *apartheid*, a resistência e as formas de luta, dos diversos idiomas do país, da identificação e da pertença ancorados na experiência de ouvir a música “Thandwa Ndim”, de Amanda Black. Fala também sobre ter ficado surpreendida com a quantidade de homens negros mais velhos, o que a fez pensar sobre o genocídio da população negra no Brasil (que mata predominantemente jovens negros).

Desde que vi o título do vídeo, antes mesmo de assisti-lo, a primeira coisa que me veio à mente foi a viagem que Gilberto Gil fez à Nigéria, para participar do Festival Mundial de Artes e Culturas Negras e Africana (FESTAC), em 1977. Ao retornar para o Brasil, produz o álbum *Refavela*, que na música de trabalho traz o instrumento balafon, tocado aos modos de *juju music*<sup>154</sup>. De *Refavela*, como um terceiro espaço<sup>155</sup>, à experiência da youtuber com a música Thandwa Ndim, de Amanda Black (que se emociona e não encontra palavras para descrever), vejo uma possibilidade de elo transatlântico pela ‘música negra’ que, conforme Paul Gilroy (2017, p. 61), se constitui como “[...] elemento central e mesmo fundamental”.

Retornando ao vídeo, a youtuber escreve no título “Voltei para África”, significando sua ida física que é sentida como retorno (simbólico) ao continente de onde saíram seus antepassados que foram escravizados nas Américas. Sobre isso, vale apontar que o discurso de retorno físico e simbólico fora amplamente reproduzido nas décadas de 1960 e 1970, quando diversos intelectuais negro(a)s visitaram países africanos, como, por exemplo: Abdias Nascimento, Lélia Gonzalez e Maria Beatriz Nascimento.

Se é de representação que se faz um sistema que tenta fixar e deslocar, o que dizer do vídeo “Pretos no topo.... Só que não! | Papo DePretas”, publicado no dia 12 set. 2019? Nesse vídeo, a youtuber fala sobre como que a expressão ‘Pretos no Topo’ surgiu, diz ter sido em uma música de um rapper (não cita nomes) e depois foi reproduzida e ressignificada por pessoas negras em ascensão social. Diz que é interessante ver pessoas negras ‘bem-sucedidas’, até ‘porque teriam como financiar causas sociais, instituições etc.’. Entretanto, questiona a ideia de que ‘pessoas pretas no topo seja uma solução para o racismo’. Outro questionamento é ‘se deve existir um topo para pessoas (pretas ou não) estejam lá’. Dessa maneira, utiliza como exemplo a fala de Taís Araújo sobre as pessoas quererem mudar de calçada ao ver seu filho, afinal, antes de ser o filho da Taís Araújo com Lázaro Ramos, ele é um menino negro (TAÍS..., 2017). Na esteira argumentativa, a youtuber cita também o caso do menino negro que foi chicoteado em um supermercado (LARA; BRIONE, 2019). Assim, finaliza dizendo que ‘ascendeu e que está mais próxima ao topo do que as pessoas que fazem a base desse topo’, mas que não quer

<sup>154</sup> Estilo de música popular nigeriana. Trata-se de uma derivação da música tradicional iorubana de percussão. A segunda faixa do álbum, a música “*Ylê Ayê*” (faixa 02) [Que bloco é esse?/ Que eu quero saber/ É o mundo negro/ Que viemos mostrar pra você], é um exemplo do *juju music* do outro lado do atlântico negro que mesclou reggae e ritmo de blocos afros da Bahia. O álbum “*Refavela*” traz também samba e funk estadunidense, que passava a circular no movimento “black” do Rio de Janeiro.

<sup>155</sup> Segundo Homi Bhabha (*apud* RUTHERFORD, 1996, p. 36–37): “[...] de uma dada cultura antecedente, original ou originária, vemos então que todas as formas de cultura estão continuamente num processo de hibridação. Mas para mim a importância da hibridação não é ser capaz de rastrear os dois momentos originais dos quais emerge um terceiro, para mim hibridação é o ‘terceiro espaço’ que permite a outras posições emergir. Este terceiro espaço desloca as histórias que o constituem e gera novas estruturas de autoridade, novas iniciativas políticas, que são inadequadamente compreendidas através do saber recebido”.

‘reforçar que o fim é ascender de forma particular, embora se possa ficar feliz e celebrar as conquistas econômicas’.

Esse vídeo traz duas ideias, sendo uma (que vejo como mais central) a ascensão social não resolver o problema do racismo e nem da sociedade, porque, para que alguns ascendam, outros devem permanecer embaixo. A segunda ideia se bifurca entrelaçando ‘ascensão e encontro com mais expressões de racismo’ com ‘síndrome da impostora’. Dito de outra forma, para população negra, a ascensão não significa o fim da discriminação e preconceito, pelo contrário, às vezes passa-se a ter mais expressões de opressão devido aos espaços em que passa a circular ou pelos processos de tomada de consciência que aquilo que vive (ou viveu) é preconceito racial. Outro lado da encruzilhada é existencial e se expressa na sensação de que aquele não é seu lugar (ver análise do vídeo “Sou uma Farsa?”, subseção 4.3). Do Rio de Janeiro, sigo à Itália, para descrever e analisar os vídeos do canal “Etnia Brasileira”.

Lívia Zaruty continuou produzindo bastante vídeos em 2019. Foram 126 vídeos, iniciando com “Gisele Bündchen negra? Mahany Pery, Viviane e Gerlen Moura | As 3 Tops Brasileiras de 2019 |Part 1”, publicado dia 1 jan. 2019, no qual fala sobre três modelos negras e indica que as pessoas as sigam nas redes sociais digitais, e finaliza com “Iza pode eu tb posso! 🍷 Porta dos fundos entra na dança”, publicado 26 dez. 2019. Os temas continuam sendo sobre as cotas raciais, o que denomina de ‘tribunal racial’ e que ‘pardo não é preto’. Mas, em 2019, fala também sobre músicas e filmes, passa a fazer ‘vídeos de reação’<sup>156</sup>, opiniões sobre programas de TV, séries e filmes e ‘comerciais que lacram lucram’, e inicia o tema ‘técnica narcisista de triangulação’ (no qual expõe alguns casos, mas também sobre a relação abusiva que teve com o ex-marido e com sua mãe).

O ‘play da análise’ é apertado no vídeo “Dj Mila Ribeiro o que lugar de falha? Selo Harvard de veracidade”, publicado 22 maio 2019. O vídeo é iniciado dizendo que irá falar sobre negritude e, ‘se a pessoa não viveu na pele, não pode falar, pois seria como se ela que é uma pessoa heterossexual quisesse falar sobre questões LGBT’. Depois, diz que ‘as pessoas negras não são todas iguais e reafirma o assunto transversal aos vídeos de seu canal: pardo não é negro, além disso, acrescenta que o canal é um espaço dela, portanto, falará o que quiser’. Dito isso, adentra ao tema que é uma ‘treta afro’. Trata-se de uma postagem (no perfil do Twitter) que a filósofa Djamila Ribeiro teria feito sobre a condenação de Danilo Gentili e, por isso, fora criticada por diversas pessoas, dentre elas por Andreza Delgado. Andreza recebeu uma

---

<sup>156</sup> Trata-se de uma modalidade de vídeos no qual uma pessoa assiste a outro vídeo e sua reação é gravada e postada. Pode ser feito em dois formatos, sendo um ‘que a pessoa cuja reação está sendo gravada’ não sabe e outro de uma produção, na qual alguém se filme reagindo.

notificação extrajudicial, por parte da filósofa, orientando que retirasse a postagem. Lembro de ter tido contato com o tema à época, sobretudo por ter entrando no *Trending Topics* do Twitter (tópico mais mencionado na plataforma). Trouxe esse vídeo para análise pelo fato trazer uma síntese da apropriação do ‘lugar de fala’ na esfera pública técnico-midiatizada.

A youtuber começa dizendo que, se a pessoa quiser ouvir, que ouça, ‘para abrir a mente’. Entretanto, que deve saber que, entre os ‘negros, tal como acontece em outros grupos sociorraciais, há discrepâncias e divergências, não se trata de um grupo monolítico’, e que se não concordar com o que ela (youtuber Livia Zaruty) ‘paciência’. Frente a esta argumentação, vale destacar que, a utilização das identidades como uma ‘blindagem’ contra-argumentação é um processo que encerra possibilidades de diálogos, pois, nessa lógica a aceitação do que o ‘Outro’ diz só se daria caso o interlocutor tivesse vivido a mesma experiência nas mesmas condições. O que beiraria ao impossível, posto que, nessa estratégia argumentativa, outro elemento que também é acionado é a subjetividade, de modo que, ainda que os processos socioeconômicos e marcadores da diferença fossem iguais, o fator ‘impacto que senti’ entra como elemento para estabelecer diferença. Todo esse processo se distancia da ‘casa da diferença’, expressão de Audre Lorde, que diz que:

Ser mulheres juntas não era suficiente. Éramos diferentes. Ser gays juntos não foi o suficiente. Éramos diferentes. Ser negro junto não era o suficiente. Éramos diferentes. Ser mulheres negras juntas não era suficiente. Éramos diferentes. Ser pretos juntos não era o suficiente. Éramos diferente. [...] Demorou um pouco até percebermos que nosso lugar era a casa da diferença, em vez da segurança de qualquer diferença particular. (LORDE, 2018, posição 4141-4147, tradução livre)<sup>157</sup>.

A ‘casa da diferença’ é uma estratégia de articulação entre marcadores sociais da diferença, um espaço de fluxos que busca a não fixidez em diferenças particulares. O ‘Lugar de fala’, como tem sido apropriado nas plataformas digitais, faz o contrário. Como Richard Miskolci (2021, p. 88) aponta, via de regra, as pessoas que invocam o ‘local de fala’ não estão em situação de extrema vulnerabilidade e, além disso, o fazem de “[...] uma forma essencialista de disputar ou monopolizar um tema de investigação ou uma pauta política em contextos que frequentemente acusa de privilegiados”.

Para finalizar, o vídeo a youtuber Livia Zaruty faz uma síntese sobre como entende o ‘lugar de fala’, expresso em “quem concorda, tudo bem”, se não concorda, só pode falar algo

---

<sup>157</sup> Texto original: “Being women together was not enough. We were different. Being gay-girls together was not enough. We were different. Being Black together was not enough. We were different. Being Black women together was not enough. We were different. Being Black dykes together was not enough. We were different. [...] It was a while before we came to realize that our place was the very house of difference rather the security of any one particular difference.” (LORDE, 2018, posição 4141 - 4147).

(contra-argumentar) se estiver exatamente no mesmo “lugar de fala”. Trata-se de uma exemplificação dos processos e pedagogias (que são produzidas a partir e co-construindo léxicos e estética) da esfera pública técnico-midiatizadas. Como já caminhei nessa encruzilhada parto Itália de volta para o Brasil, pontualmente, para a Câmara Municipal, começo a análise do canal do político-influenciador digital “Fernando Holiday”.

Em 2019, publicou 21 vídeos, sendo o primeiro “Saiba o que mudou para os Apps de transporte em São Paulo!”, postado em 10 de jan. 2019, e finaliza com “Suspenso o projeto que quer acabar com os Apps de transporte!”, publicado no dia 23 out. 2019. Foram menos vídeos que em 2018 (75), mas os temas continuaram sendo majoritariamente ‘prestação de contas’ e ‘diálogo com eleitores e seguidores’. Holiday começa a fazer o quadro ‘respondendo perguntas’, fala também da tentativa de ‘boicote à Valeska popozuda pela esquerda LGBT’ e anuncia o documentário “Não vai ter golpe”.

Emprestei o nome do documentário para o subtítulo dessa subseção a fim de ressaltar como que os processos de representação são reivindicados, mesmo que não haja garantias. O grupo MBL constrói, tal como Petra Costa, uma narrativa para representar (filmicamente) o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff. Diante disso, o ‘*play* da análise’ é apertado no vídeo “A verdadeira história dos negros no brasil”, publicado no dia 2 ago. 2019, que inicia falando de André Rebouças e “[...] negros que foram destaque em empreendedorismo em plena época em que a escravidão ainda vigia.” (A VERDADEIRA..., 2019, 00:00:12 – 00:00:19). Menciona os negros que atuaram em peças de William Shakespeare, mas que tudo foi ‘apagado pelo movimento negro de esquerda’ que, segundo Holiday, o ‘movimento negro esquerdista se baseia em invenções para demandar políticas como as cotas raciais’. Tudo isso, conforme o político-youtuber, apagou a verdadeira história do racismo no Brasil e que, agora, as pessoas teriam a oportunidade de conhecer a partir do curso do professor Paulo Cruz (com *link* na descrição para 50% de desconto)’.

No curso “Brasil é um país racista?”, a resposta, para o professor Paulo Cruz<sup>158</sup>, é que sim, mas que houve uma ideologização do problema racial. No texto de divulgação do curso, diz que:

---

<sup>158</sup> Além de um site <https://cursospaulocruz.com.br/>, Paulo Cruz possui um canal no YouTube, “Prof. Paulo Cruz”, criado em 12 jul. 2014, com 26 vídeos, 35,7 mil inscritos e 308 mil visualizações. A postagem de divulgação do curso traz que Paulo Cruz é “[...] é professor e palestrante nas áreas de filosofia e educação. Formado em Filosofia, pelo Centro Universitário Assunção, e mestre em Ciências da Religião, pela Universidade Metodista de SP, é professor de Filosofia e Sociologia no Ensino Público, no estado de SP. Em 2017 foi um dos agraciados com a Ordem do Mérito Cultural, honraria concedida pelo Ministério da Cultura, anualmente, por indicação popular, a nomes que se destacaram na produção/divulgação cultural. Escreve às segundas-feiras para o Jornal Gazeta do Povo.” (O BRASIL..., 2019, texto digital).

Todo aquele que pergunta se o Brasil é um Brasil racista, deve compreender que esse tema já está mapeado e as conclusões já foram tiradas há décadas. Portanto, aparentemente, só há uma resposta oficial: sim. No entanto, a realidade brasileira se mostra mais complexa, mais plural e, de certo modo, diferente das conclusões oficiais. Então é preciso rediscutir o problema sob novas bases.

A ideologização do problema – através de teorias acadêmicas como pan-africanismo, multiculturalismo e os estudos identitários, responsáveis, em grande parte, pelo recrudescimento do debate acerca das ‘relações raciais’ nos últimos anos – não permite questionamentos. A hegemonia de certas doutrinas é flagrante, e seus pressupostos pretendem-se inquestionáveis. A dominação político-partidária da esquerda – em grande parte, senão na totalidade dos movimentos –, também os torna reféns de suas pautas – como a associação entre classe e raça, reduzindo o problema do racismo à mera questão econômica. O Estado busca, nas Políticas Públicas, oferecer sua tardia solução do problema, causando ainda mais dependência, submissão e intolerância. (O BRASIL..., 2019, texto digital).

Assim, além da disputa por dizer quem são os heróis negros (ver análise do vídeo “Quem são os verdadeiros heróis negros?”, subseção anterior), há também uma disputa pela forma de contar *como* que o Brasil é racista. O vídeo também traz a característica de ficar entre a ‘cultura da recomendação’ e o *merchandising*, no caso, feita pelo vereador-youtuber sobre o curso do professor Paulo.

Seguindo, destaco também o vídeo “É sério isso??? | Respondendo as[sic] perguntas do público!”, publicado em 2 jul. 2019, no qual responde perguntas de seguidores. A primeira pergunta é “se ele é realmente gay” e a resposta é irônica, dizendo que ‘não, faz só porque é algo popular’. As perguntas seguem: qual personagem favorito do Naturo (Kakashi); se tira foto quando as pessoas pedem na rua (sim); se considera as Ciências Humanas uma área pouco importante (diz que são importantes para construção de políticas públicas, que faz História, mas o problema é que foi dominada pela esquerda); se quer se casar com quem perguntou, se me ama (pergunta veio de Eduardo Tuma, então, presidente da Câmara Municipal de São Paulo. Holiday diz que se abstém de responder); o que acha do atual papa (acha interessante e não o vê como um esquerdista); quais são os planos políticos, pois a Câmara é pequena para ele (brinca dizendo que ‘se sentiu poderosa’ e que quer ser ministro da educação, após ganhar experiência na área); como era o comportamento na adolescência (ensino fundamental sofria *bullying*, por ser afeminado e no ensino médio se tornou popular por ter começado a estudar); como é fazer parte do MBL (começo difícil, trabalha-se muito com horários fixos, mas a galera é legal); pretende lecionar após o mandato (sim, como pretende continuar lecionando enquanto está como vereador e tem vontade de voltar a dar aula na periferia, ‘voltar para casa’); como conversar com um esquerdista (diz que tem amigos esquerdistas, mas se a pessoa não for um amigo, o primeiro passo é gerar empatia).

O vídeo é uma construção do vereador e youtuber como pessoa, um ‘show do eu’, que visa demonstrar a humanidade da persona pública Fernando Holiday, uma estratégia de aproximação com o público, distinta da feita por políticos tradicionais, mas adotada pela nova geração, principalmente a que se elegeu pela popularidade na internet. Trata-se de uma estratégia de (re)utilizar os canais comunicacionais já consumidos pelo público que votou e continuar mantendo o público engajado e quiçá como futuros eleitores. De São Paulo para Bahia, da Câmara às ruas das periferias de Salvador ruas (lembrando que o *slogan* dos “10Ocupados” é “nosso estúdio é na rua”).

O canal dos “10Ocupados”, em 2019, postou 62 vídeos. Começaram o ano com tema de férias de cidades litorâneas, “Barraca da Praia”, postado dia 12 jan. 2019, e fecharam com “Papai Noel ladrão”, publicado em 24 dez. 2019. Os assuntos abordados seguem a tendência do canal com diversos temas, como no esquete sobre os ‘tempos de infância’; ‘carnaval’; ‘festa e briga de vizinho’; ‘pestinha do bairro’; iniciaram o quadro ‘reagindo a vídeos’; postaram um vídeo (minidocumentário) de campanha “Outubro Rosa” e esquete ‘agência criativa’ (com enredos de criação de roteiro; presença dos estagiários; os influencers digitais; nova funcionária do escritório e reunião de urgência).

No dia 20 de nov. 2019, publicaram o vídeo “#PresençaNegra - 10ocupados”, no qual falam sobre as pessoas negras que os inspiram, tal como sugere o uso da *hashtag*. O curioso é que todos citam o personagem Will (interpretado por Will Smith), da série “Um maluco no pedaço” (versão brasileira de “*The fresh prince of Bel-Air*”), e quase todos citam “Eu, a patroa e as crianças” (versão brasileira de “*My Wife and Kids*”). Alguns mencionam também: Kevin Hart, Chris Tucker (citados por Dum Ice); Eddie Murphy, Shawn Wayans e Marlon Wayans (citados por Leozito e Aldamen). As referências nacionais são “Os Trapalhões”, Luís Miranda e Lázaro Ramos. Thiago, ao falar de Mussum, afirma que se identifica com o humor dele, pois é uma forma de ‘driblar’ o preconceito de forma engraçada.

Um tema recorrente no canal é o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), principalmente as pessoas que se atrasam. Em 2019, a abordagem foi diferente, e Lukas Lelé sonha com um motorista de Uber (Marcos Froes) que só fala cantando, arruma confusão com o personagem de Thiago e todos são abordados pelo capitão Renata (Leozito) de forma violenta. Após tudo isso, Lukas sai correndo e é atropelado por ter esquecido a ‘caneta azul’ (fazendo referência a uma canção de Manoel Gomes). No final, tudo era um sonho de Lukas Lelé, que acorda atrasado para fazer a prova do Enem. Estratégia comum de fazer referência ao que está sendo consumido no momento da produção.

O vídeo “Na comunidade - a irmã de Kosko part. Jojo Todynho”, publicado 15 nov. 2019, conta com a participação da cantora Jojo Todynho, que interpreta a irmã do Kosko (Dum Ice) que acaba de voltar do exterior. Além da encenação, que busca retratar o retorno de alguém para a ‘quebrada’, há também a relação afetiva sexual de Kosko com as atrizes transsexuais Leo Kret e Franklin Reis. Ambas estavam sendo enganadas por Kosko, que estava tendo relação com duas sem que soubessem uma da outra. A descoberta faz com que entrem em uma competição de versos que precede uma briga de tapas. A briga perde o foco no momento em que Jojo começa a discutir com avó de Betson (Dona Ivonet e Marcos Froes), mas toda confusão é tranquilizada quando chega a cerveja. Trouxe o vídeo por ser o primeiro do canal que traz uma representação transexual de duas mulheres trans em um relacionamento que é retratado com duas perspectivas. Sendo uma de que mulheres trans podem ter uma veia artística e outra que são procuradas para relacionamentos ‘as escondidas’. E, nessa veia artística da Bahia, volto para São Paulo com o “Canal do Pericão”.

Péricles, em 2019, produz 63 vídeos. O ano é iniciado com “Péricles - Ainda Bem (músicas inusitadas)”, publicada em 05 jan. 2019, e fecha o ano com “Péricles - DVD Mensageiro do Amor - Parte 2”. Segue com as ‘resenhas’ e músicas. Entre as resenhas, escolhi “Resenha do Pericão #25 - Dexter (Oitavo Anjo)”, postado dia 30 maio 2019, pois, além de falar de carreira, tocam em temas como periferia e negritude. Começam o vídeo cantando “Me perdoa” (história de um filho arrependido que está preso e pede o perdão da mãe). Na sequência, o cantor conta como escolheu o nome artístico “Dexter” e “Oitavo Anjo”, sendo o primeiro por acaso, disseram o nome certa vez e, ao pesquisar, o rapper descobriu que significava destro, correto, direito, ‘direito de correto e de esperto’. Ele afirma ‘que quem é da periferia deve ser esperto’. Já “Oitavo Anjo” veio de quando estava situação de encarceramento e leu na bíblia, em “Apocalipse”, que teriam sete anjos com sete cartas, desse modo, conta que ele (Dexter – Oitavo Anjo) seria o oitavo e a música a oitava carta.

Em seguida, Péricles e Dexter conversam sobre Educação, na perspectiva institucional, como também sobre projetos sociais. Péricles comenta perceber que muitos projetos sociais têm focado em literatura e leitura, e que acha isso muito positivo. Dexter fala sobre os projetos sociais “Como vai seu mundo”, desenvolvido pelo rapper na penitenciária (anexo semiaberto) José Parada Neto, em Guarulhos, e “Trampo Justo”, projeto que busca a inserção de jovens que saíram de casas de acolhimento no mercado de trabalho.

A Educação é uma pauta histórica dos movimentos negros no Brasil (como em outros países), pois é vista como uma possibilidade de transformação e justiça intergeracional.

Péricles, antes de ser cantor, foi inspetor de alunos em uma escola municipal na periferia de São Paulo e Dexter, após 13 anos de encarceramento, encontrou no rap uma forma de educar.

Ao ver o vídeo e a forma como o tema da Educação e dos projetos sociais foram abordados, a categoria ‘jovens vulneráveis’ saltou aos olhos. Para discuti-la, amparo-me na tese da professora Luana Motta (2017). A socióloga aponta que historicamente houve uma construção e, sobretudo, um processo de formação nas maneiras de se pensar as juventudes, de modo com que há uma “[...] centralidade da categoria juventude vulnerável, não apenas como parcela da população, mas, acima de tudo, como categoria operadora que integra a grade a partir da qual o próprio conflito urbano é lido.” (MOTTA, 2017, p. 11). Para a pesquisadora, a noção de vulnerabilidade emerge e está conectada às dinâmicas de violência, devido ao fato da “[...] vulnerabilidade ser a métrica por meio da qual tem sido possível estabelecer a distinção entre os pobres, os classificando segundo os riscos de se tornarem agentes da violência e ameaça à sociedade.” (MOTTA, 2017, p.11).

A categoria juventude, por sua vez, passa a ser bastante discutida na literatura científica, a partir dos anos 1990, mas foi na virada dos anos 1990 para o ano 2000 que “[...] as discussões sobre juventude ganham mais força e se consolida a ideia da juventude como um grupo com experiência social específica.” (MOTTA, 2017, p. 68). As pesquisas voltadas para o tema da juventude produzidas pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), nos anos 1998, 1999, 2001 e 2002, no Brasil, resumem um pouco essa virada de jogo, segundo a autora. Outro ponto é a criação do Grupo de Trabalho Interministerial de Juventude, em 2004. Esse Grupo procura identificar e discutir as eficiências e as falhas nas políticas voltadas às juventudes. Vale acrescentar que, em 2005, foram criadas a Secretaria Nacional de Juventude (SNJ) e o Programa Nacional de Inclusão de Jovens (ProJovem), e todas essas políticas são efeitos e consequências das discussões acerca do tema das juventudes no Brasil, afinal, as pesquisas influenciam as políticas públicas e vice-versa. Assim, em uma década, a forma de compreender as juventudes mudou e, conforme a socióloga,

Se até o fim dos anos de 1990 o jovem era visto como ator estratégico do desenvolvimento (protagonismo juvenil, empoderamento do jovem etc.), nos anos 2000 ele passa a ser visto como sujeito para o qual é preciso olhar, ter atenção, sendo necessário atender e intervir, sob pena de afetar outras esferas, como a segurança e a economia. (MOTTA, 2017, p. 68).

Outra mudança entre as décadas 1990-2000, além das políticas públicas específicas para a juventude, foi uma inflexão nos modos de se compreender e mensurar a pobreza, direcionada

por organizações internacionais, como o Banco Mundial. Diante disso, o governo brasileiro passa a compreender a pobreza de outra forma, encarando-a:

[...] como uma carência ou ausência de capacidade para enfrentar os muitos riscos aos quais se está exposto; pobreza tem a ver com a condição de vulnerabilidade frente aos vários tipos de riscos (econômicos, naturais, ambientais, de saúde, sociais etc.). (BANCO MUNDIAL, 2001; MARANHÃO, 2009 *apud* MOTTA, 2017, p. 69).

É, portanto, nessa virada conceitual sobre as formas do governo mensurar e compreender a pobreza, que a vulnerabilidade emerge como uma categoria política de intervenção direta na ‘mitigação da carência ou ausência de capacidade’. No Brasil, desse modo, a questão da vulnerabilidade tem sido movimentada pelas políticas governamentais para relacionar os problemas ligados à pobreza e à violência, de modo que há um entendimento de que a ‘população que está em risco também é a população de risco’. Para o Estado brasileiro, as políticas públicas voltadas aos pobres “[...] não devem apenas protegê-los da pobreza e da falta de acesso a direitos, mas também proteger o restante da sociedade dos riscos de violência que essa pobreza, essa vulnerabilidade, supostamente, traz.” (MOTTA, 2017, p.70).

Os corpos que são enquadrados nas categorias ‘juventude’ e ‘vulnerabilidade’ habitam um “território violento”, no qual a violência (vivida ou percebida) é uma experiência cotidiana. A maior parte da juventude negra (que intersecciona geração, renda, território e raça) é vista como alvo do Estado: seja pelas suas mãos armadas ou a de projetos sociais, assim, são vistos apenas como agentes passivos, aqueles que recebem a ação. São raras as percepções da agência criativa que relaciona juventude negra à cultura, como são os casos dos saraus e Slams (MELO; ANJOS, 2020). Dito isso, fecho, por ora, a discussão, e passo para o canal “Muro Pequeno”.

O canal de Murilo Araújo teve 37 vídeos publicados naquele ano, sendo que 31 (um *teaser* e 30 entrevistas) pertence ao projeto “#PotênciasNegras”, no qual o youtuber entrevistou 31 pessoas negras que atuam nas artes (cênicas, literatura, música, cinema etc.); moda; política; comunicação, educação; em movimentos e coletivos sociais; trabalham como influenciadores digitais. A ideia, segundo o youtuber, é apresentar a pluralidade e diversidade da população negra.

Em 2019, no canal “Muro Pequeno”, a representação é pensada a partir de ‘potências’. A escolha do termo para dar nome ao projeto desliza entre aquilo ‘que é’ e o ‘que será transformado’, um ‘tornar-se’, um ‘devir (no caso, negro)’.

As potencias retratadas nos vídeos do projeto são pessoas bem sucedidas em suas carreiras. Dessa forma, penso que a “potência” está justamente na “representação” e

“*identidade*” (significantes-encruzilhadas) que forneceriam ‘poder para imaginar’, ideia de ‘eu posso’. Esse projeto do canal “Muro Pequeno” busca construir narrativas sobre pessoas negras diversas e que são agentes e produtores em esferas sociais distintas, inscrevendo-as como ‘pessoas referencias’. O ano do canal é encerrado com o vídeo “#PotênciasNegras 30: Léa Garcia”, publicado em 1 dez. 2019. E, no eixo Rio-Sampa, vou para o canal “Nátaly Neri - Afros e Afins”.

O canal “Afros e Afins” contou com 50 postagens de vídeos durante o período. Os trabalhos foram iniciados com “Bem vindo[*sic*] 2019”, postado no dia 17 jan. 2019, no qual fala sobre as mudanças que acontecerão no canal, a saber: irá voltar com quadro ‘sete dias de escolha’, ‘universidade’ e ‘conteúdos de brechó’, e também continuará falando sobre questões sociais, raciais e de gênero. Ainda no mesmo vídeo, diz que, em 2019, falará mais sobre ‘autocuidado e saúde mental’. Informa que produziu um questionário para que o público responda, para que, a partir das respostas, ela possa refletir sobre os conteúdos.

O ano no canal é finalizado com o vídeo “O que saúde tem a ver com negritude? com @pretossaudaveis”, publicado em 2 dez. 2019. Como mencionado no vídeo que abre o ano, os temas continuam sendo sobre ‘produtos’, agora com ênfase em produtos veganos (alimentação e estética), ‘sobre ser universitário(a/e)’ e ‘autoestima e cuidados com a saúde (física e psicológica)’. Uma novidade foi falar de ferramentas de organização, como, por exemplo, ‘como é o uso de *bullet journal*’.

Um vídeo que chamou atenção foi “Slow Blogging - a internet na velocidade da vida”, publicado no dia 19 fev. 2019, no qual a youtuber fala sobre o que é ser um(a) influenciador(a) digital e como isso demanda tempo e investimento. Aponta também que existe uma ‘competição’ entre as plataformas e, por isso, as pessoas que são criadoras de conteúdo passaram a ficar cada vez mais pressionadas a produzir mais em espaços que reproduzem materiais com tempo menor. Como resposta a essas pressões, surgiu um ‘movimento de blogar devagar’ (que está dentro de algo que diz já fazer, como: o *slow fashion* - moda mais lenta que se preocupa mais com identidades e conexões de histórias do que com ‘*frenesi fashionista*’ e *slow living* - diminuição da velocidade frente ao mundo). Cito o vídeo por apresentar ao público que ser criadora de conteúdo é um processo de trabalho. As pesquisas ligadas às plataformas digitais estão em discussão e disputa, então, acredito que pesquisas como a de Julianna Denari (2020) já citada em outros momentos) são importantes para entendermos os ciclos que vão desde a uberização ao capitalismo cognitivo.

Apertando novamente o ‘*play* da análise’, trago o vídeo “A importância da estética e autoestima negra: geração tombamento é política?”, publicado no dia 9 maio 2019, que começa

explicando o conceito de alteridade e a construção do ‘Outro negro’ como um sujeito subalterno, posto que o branco é o ideal, bonito, inteligente e humano. Cita o livro “Pele Negra, Máscaras Brancas”, de Frantz Fanon e apresenta que os processos de construção de identidade individual, coletiva, imaginário social que tece uma narrativa sobre o que é ser negro e como são marcados como negativos, destacando como isso impacta diretamente na identidade coletiva e individual de pessoas negras.

Outra obra que a youtuber menciona é “Rediscutindo a Mestiçagem no Brasil”, de Kabengele Munanga. Na esteira argumentativa, Nátaly fala que estética e autoestima são caminhos importantes para se pensar os processos de autoconhecimento e organização coletiva. Afirma ainda que ‘esses processos são importantes, porque as pessoas negras se construíram com elementos de uma sociedade racista que as subalterniza a partir do preconceito de cor e dos traços negroides’. Na sequência, faz referência aos textos: “Estética negra empodera, sim. Porque não dá para enfrentar o racismo quando você ainda se odeia”, artigo de opinião de Robin Batista, publicado no portal Geledés, em 13 jun. de 2016, e “Tornar-se Negro”, de Neusa Santos Souza. Outro assunto é a estética do *Black Power*, que se fez um símbolo de resistência, tal como o punho fechado e o pente-garfo (vendido como pente afro). Por fim, Nátaly cita a geração tombamento. Em uma pausa no vídeo e ‘play na análise’, falando sobre a geração tombamento:

[...] é o termo utilizado para classificar jovens negros brasileiros urbanos que fazem uso da estética como ferramenta de ativismo e, conseqüentemente, forma de empoderamento. Essa estética é carregada de referências da cultura periférica na qual esses agentes estão inseridos, assim como no contexto globalizado de outras manifestações que se relacionam com suas vivências, estas acessadas majoritariamente pela internet. Cabelos afro em sua forma natural ou tingidos com cores vivas, bem como aplicações de tranças, turbantes e roupas, que fazem referência à ancestralidade africana, são marcas dessa nova tendência. (DOMINGOS; NOGUEIRA, 2017, p. 6 –7).

Além da estética corporal, vale ressaltar que as articulações, discussões e difusão de informações do movimento se dá nas plataformas digitais, onde há a utilização de expressões como “lacrar” e “divar”, as quais trazem consigo cadeias de associações conotativas desse contínuo “se é para tombar, tombei” (música da rapper Karol Conká, que dá nome ao movimento). Para além da estética afrodiaspórica<sup>159</sup>, que pode ser associada com o afrofuturismo e com o afropunk, conforme indicam Ana Paula Medeiros Teixeira dos Santos e

<sup>159</sup> Para Mattos (2015, p. 38 *apud* SANTOS; SANTOS, 2018, p. 169): “[...] é o movimento em que homens, mulheres, homossexuais, transexuais, gays e também as crianças negras adotam variações para os seus corpos e cabelos criando e recriando penteados de matriz africana, usando e abusando do tamanho dos fios, formas e cores, assumindo sua corporeidade nesse contexto de mudanças sociais, lutas históricas e hibridismo estético”.

Marinês Ribeiro dos Santos (2018), o léxico e as performances são ‘primas-irmãs’ do ‘lugar de fala’ (discutido em páginas anteriores).

A geração tombamento, as discussões sobre estética e a ‘construção de referências’ falam sobre disputas de regimes de representação a partir da estética corporal – corpos negros, tecidos coloridos, acessórios estilizados com ‘motivo<sup>160</sup> afro’ – são uma estratégia para produção de novos imaginários para pessoas que adentraram à modernidade do outro lado da ‘linha da cor’ (DU BOIS, 1999) e na ‘zona do não-ser’ (FANON, 2008). Mas, por ser representação... Frase mântica: “não há garantias” (HALL, 2016).

Ainda sobre a geração tombamento, é possível apontar que estão na fronteira borrada dos denominados movimentos identitários que não trazem consigo a bandeira de superação do capitalismo (na sua fase neoliberal e cognitiva). Sobre isso, vale citar o texto de Lucas Alvarenga Gontijo e Mariana Ferreira Bicalho (2020, p. 148–149), quando afirmam que:

As novas relações sociais que nasceram com o neoliberalismo resultaram em novas subjetividades e agentes políticos nas lutas políticas. Isso porque, como demonstrado, as condições materiais contribuem para que as subjetividades políticas encontrem repercussão num dado momento histórico. Contemporaneamente, os indivíduos ou coletivos buscam na atuação política defender suas especificidades e demandas, afastando-se da noção de classes mais abrangentes e da possibilidade de consensos provisórios entre indivíduos e grupos. [...] O quadro se torna ainda mais grave em sociedades que perderam a esperança na mudança pela sociedade e para sociedade e com trabalhadores atomizados, guiados pela supervalorização do eu e polarizados por redes e muros digitais [...] a lógica neoliberal também influenciou na ressignificação de valores nas lutas políticas.

Embora o texto não esteja analisando diretamente a geração tombamento, está falando sobre formas de organização política contemporâneas, as quais foram criadas dentro do neoliberalismo e que orientam formas de lutas políticas que são diferentes das gerações anteriores. Perante essa complexa discussão, é simplista fixar a geração tombamento como um movimento desimportante, posto que busca valorizar o que foi sempre negado: a estética negra. E, tal como em outros movimentos, é contraditório, sobretudo, por não pautar a superação do capitalismo.

Arrematando, ‘a construção de referências e não vai ter golpe’ – análise dos vídeos de 2019 – é possível inferir a existência de um grupo de três youtubers (Nátaly Neri “Afros e Afins”, Gabriela Oliveira “DePretas” e Murilo Araújo “Muro Pequeno) que buscam de forma semelhante tecer representações sobre o que é ser negro no Brasil (articulando *representação* e

---

<sup>160</sup> Trata-se de um termo das artes plásticas que significa ‘elemento padrão’, estabelecido pela repetição do tema ou da forma de retratá-lo.

*identidade na produção* e, assim, passam a compreender a agir na *regulação*). Estrategicamente, esses se valem da ‘tradução’ de informações que adquirem nas universidades e coletivos negros e LGBTQs (no caso de Nátaly e Murilo). Aproxima-se desse grupo, ao menos em 2019, o “Canal do Pericão”, principalmente no quadro “Resenha”, em que o tema ‘superação de preconceitos’ sempre aparece.

Em uma esteira paralela está Livia Zaruty, canal “Etnia Brasileira”, que constrói uma versão divergente do grupo anterior sobre a representação de pessoas negras, posto que afirma que o termo ‘negro’ deveria ser utilizado apenas para se referir às pessoas pretas, acrescenta ainda que pardo é uma categoria inventada após 2010 e que o correto deveria ser ‘mestiço’.

Ainda tem o grupo de humoristas negros (canal “10Ocupados”) que transitam entre a ‘casa dos homens’ e as ‘representações da infância da periferia soteropolitana’. E, em uma quarta vertente, tem-se Fernando Holiday, nesse momento com o MBL, buscando contar a história do *impeachment* na versão do movimento que coordenou, como também a representação de pessoas negras que eram empreendedoras e profissionais liberais bem sucedidas, como André Rebouças (o que, como mencionei, seriam representações que se aproximariam de sua trajetória).

As várias vertentes, longe de representarem um todo, demonstram a pluralidade de experiências das identidades negras, sejam na forma de se entender como sujeito no mundo, de organizar-se sócio-politicamente ou de projetar horizontes de expectativas. Ademais, articulam (cada um a seu modo – com aproximações e distancias) os elementos do circuito de cultura. E, em 2020, há outras disputas. Sendo assim, que venha o 20-20.

#### 4.6 2020: #EMCASACOMLIVES E MORTE

Começo agora a trilhar o fim da ‘estrada-escrita’ que dá o ‘play na análise’. Depois de uma longa jornada, chego a 2020. Os primeiros dias daquele ano pareciam que veríamos uma terceira guerra mundial eclodir, depois vieram os incêndios descontrolados na Austrália que tomam proporções assustadoras e o coronavírus (Covid-19) se espalhou pelo mundo, recebendo o status de pandemia em 11 de março<sup>161</sup>. Tudo isso acontece nos três primeiros meses do ano. Narrando dessa forma, parece que o ‘começo do fim’ é sobre a extinção da humanidade ou o

---

<sup>161</sup> Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou a COVID-19 como uma pandemia. Em 20 de março de 2020, o Ministério da Saúde declarou, em todo o território nacional, “o estado de transmissão comunitária da doença. Isso significa que o vírus está circulando em todos o país” (BRASIL, 2020, texto eletrônico).

fim do mundo – era essa a sensação. Só no Brasil, foram 194.976 mortes, em 2020, e na casa dos milhares também estavam as desinformações e o negacionismo da doença respiratória. As mortes de George Floyd (Minneapolis – EUA) dia 25 maio, do adolescente negro João Pedro baleado dentro de casa, em São Gonçalo (RJ), no dia 18 de maio e do menino Miguel Otávio, no dia 02 de junho, impactaram e assustaram tanto quanto ver valas coletivas sendo abertas para enterrar as vítimas do Covid-19.

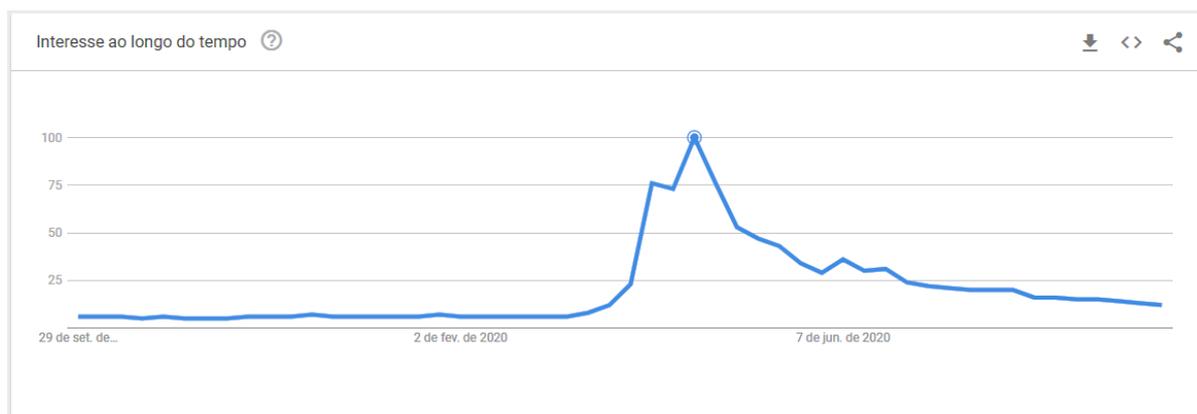
2020 foi um ano de ficar em casa, para quem pudesse, e, sendo assim, o título e subtítulo desta, que é a última subseção do capítulo de discussão e resultados da tese, não tem nenhuma explicação que não essa. O ano também trouxe o fenômeno do aumento de comunicações ao vivo em plataformas digitais, as *Lives*. Trata-se de algo que já existia, mas que passa a se configurar como uma das formas mais populares de comunicação digital, assim, “o crescimento mensal entre janeiro e abril de uploads de *lives* no YouTube foi de 15,6% e no Facebook foi de 19,3%. No Instagram a palavra *live* cresceu 277% em março comparado ao mês anterior” (VIU HUB *apud* COSTA, 2020, texto eletrônico). Do ponto de vista da arquitetura das plataformas, vale destacar que se caminhava para a ampliação desse formato de interação técnico-mediatizada digitalmente, inserindo funções como o *chat*<sup>162</sup> ou ainda a possibilidade de fazer um *live* nas plataformas Instagram (desde 2017) e no LinkedIn (LinkedIn Live, desde 2019).

Outro dado é que as buscas pelo termo “*live*” tiveram um aumento exponencial entre março e abril de 2020, conforme mostra a ferramenta *Google Trends*<sup>163</sup>. As buscas pelo termo saíram de ‘12’, em 22 de março de 2020, para ‘76’, em 05 de abril, chegando a ‘100’, em 19 de abril. Isto é, de ‘12’ a ‘100’, no primeiro mês de isolamento social no Brasil. Os números, segundo a plataforma da ferramenta, representam “a popularidade” via o interesse de pesquisa do termo em uma região (no caso, o Brasil) e espaço de tempo (29 setembro de 2019 a 20 de setembro de 2020). A atribuição do número 0 significa que não há dados suficientes para metrificar o termo, ao passo que representa ‘50’ metade da popularidade e ‘100’ o pico de popularidade. A ferramenta também gera imagens, como a disposta na Figura 14

**Figura 14 - Popularidade do termo “*Live*” na plataforma *Google Trends* (ago. 2020)**

<sup>162</sup> Espaço para conversa escrita, bate-papo, enquanto a transmissão acontece.

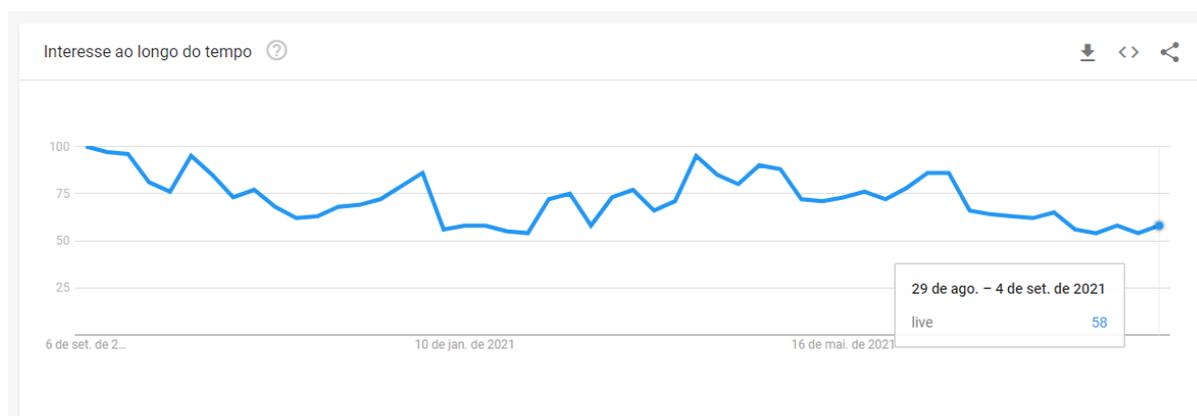
<sup>163</sup> Tratar-se de uma ferramenta da própria empresa Google, criado em 2006, que apresenta e mensura as tendências (*trends*, em inglês), isto é, termos, palavras ou tópicos mais buscados ao longo do tempo na própria plataforma Google (que possui um dos sistemas de buscas mais populares da contemporaneidade). Claro que todo esse ‘serviço’, anunciado como ‘gratuito’, acontece sem apresentar as métricas e algoritmos utilizados para chegar às tendências.



Fonte: Gerado pelo Google Trends (2020)

Em setembro de 2021, repeti a pesquisa, e o termo continua sendo popular, segundo a ferramenta *Google Trends* (ver Figura 15).

**Figura 15 - Popularidade do termo “Live” na plataforma *Google Trends* (set. 2021)**



Fonte: Gerado pelo Google Trends (2020)

Um dado interessante é que, em agosto de 2020<sup>164</sup>, a busca estava associada a significação do termo *live*, ao passo que em setembro de 2021 está associada a ‘*live* de alguma pessoa ou empresa’. As pessoas que trabalham como criadores, produtoras de conteúdo digital, afirmam que *live* é um formato de comunicação que gera “engajamento” do(a/e)s seguidores. Essa perspectiva foi apreendida durante a pesquisa de doutorado, como também acompanhando alguns eventos, como o *Youpix Summit* (entre 01 e 04 de setembro de 2020) e ‘Maratona

<sup>164</sup> Trago informações que foram coletadas na época, quando o grupo Transnacionalismo Negro e Diáspora Africana, coordenado pelo orientador Valter R. Silvério, iniciou uma pesquisa sobre as *lives* com a seguinte pergunta de pesquisa: ‘O que as pessoas negras estavam falando nas *lives*?’. Os resultados parciais da pesquisa foram sistematizados e organizados por mim e apresentados pelo professor Valter na *live* (metalinguagens a parte) “#Diálogos Virtuais 9 - Luta por reconhecimento nas redes sociais”, no canal do PPGSOL UnB, transmitido no dia 6 nov. 2020.

DigiLabour discute as múltiplas dimensões do trabalho em plataformas’ (21 a 23 de setembro de 2020).

Como o ano de 2020 foi de ‘entrei na internet e tropecei em uma *live*’, começo a análise com o cantor-youtuber, Péricles, que promoveu quatro *lives* (ver Quadro 10) em seu “Canal do Pericão”, mas também produziu vídeos com a ‘promoção casal maluco’ (cinco vídeos, no qual Péricles e a cantora trans de funk Pepita leem uma narrativa de relacionamentos amorosos e comentam. Ao final de cada vídeo, Péricles canta uma música. O cantor também lançou videoclipes e fez dois vídeos com a temática da quarentena, com “Péricles - Quarentena do Pericão (Dicas parte 1)” e “Péricles - Quarentena do Pericão (Dicas parte 2), publicadas nos dias 31 mar. 2020 e 01 abr. 2020, nos quais deu dicas para manter a saúde mental durante o isolamento social. Foi também em 2020 que Péricles recebe a “Placa de Ouro” da plataforma YouTube, por ter atingindo o marco de 1 milhão de inscritos, e o fato é retratado no vídeo “Péricles - Placa de 1 milhão de inscritos” (que estreou em 27 mai. 2020). Ao todo, foram postados 36 vídeos no “Canal do Pericão”.

**Quadro 10 - Lives transmitidas no Canal do Pericão**

| Nome da <i>Live</i>  | Data     | Duração  | Visualizações |
|--|----------|----------|---------------|
| Live#EMCASACOMPERICÃO   #FiqueEmCasa e cante #Comigo                       | 09/04/20 | 02:11:58 | 11.568.422    |
| LIVE Péricles #PAGODEDOPERICAO   #FiqueEmCasa e cante #Comigo              | 07/05/20 | 02:37:38 | 3.265.071     |
| Live Péricles   Samba do Rei - #FiqueEmCasa e cante #Comigo no #SambaDoRei | 04/07/20 | 02:51:25 | 1.789.362     |
| Live Som da Energia com Péricles   Neoenergia #SomDaEnergia                | 01/08/20 | 02:35:21 | 978.313       |

Fonte: Elaborado pela autora.

Em 2020, não houveram deixas simbólicas para apertar o ‘*play* da análise’ no “Canal do Pericão”, salvo seu trabalho para ‘manter’ seu público engajado, semelhante ao que Nancy Baym (2018) discute em sua obra “*Playing to the crowd*”. Olhando para os 139 vídeos postados entre 2018 e 2020 (“Resenha do Pericão #01 - Arlindo Cruz”, publicado 12 abr. 2018 e “Péricles - Saia de Cetim - Videoclipe Oficial” que estreou em 4 dez. 2020), visto meus óculos que trazem a pergunta de pesquisa: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s?”. Digo que colocar o objeto na frente das lentes é tentar à luz das teorias entender texturas, nuances, sutilezas, e o que de tão explícito chega a cegar, como o que fica implícito, nas entrelinhas dos discursos. Assim, quando a carreira (consolidada) de Péricles passa a ser produzida também *para e no* meio digital, é possível aproximar sua performance ao

que Nancy Baym (2018) discutiu. Entretanto, pelo musicista ser uma pessoa inegavelmente negra (heteroidentificado como preto), não lhe é permitido o direito à opacidade (GLISSANT, 2008) e suas mensagens são claras quanto a forma como vê a superação do racismo e de outros preconceitos: a Educação.

De uma *live* para outra, saio de “Som da Energia”, do Pericão, para “Conversam que importam<sup>165</sup>”, no canal “Gabi Oliveira” (*live* transmitida no dia 11 jun. 2020). Na *live*, participaram Gabi Oliveira, o humorista Yuri Marçal e o influenciador digital Felipe Neto. Nela, tratam do tema ‘racismo estrutural’, citando o professor Sílvio de Almeida, que tem o livro de bolso com esse nome na coleção Feminismos Plurais. Citam também a questão da não proporcionalidade nas plataformas digitais e que, por isso, pessoas negras que tem visibilidade são tomadas como representantes de um grupo social racializado como negro (*tokenismo?*). Acrescentam a isso o ‘cansaço’ de ter que explicar como não ser racista a pessoas brancas. Yuri, em resposta a uma pergunta de Felipe Neto, diz que o processo diário de ‘educar’ para o antirracismo parece ficar no pessoal, pois as pessoas brancas que estão preocupadas em não serem racistas, e buscam em pessoas ‘não-brancas’ o auxílio para ‘resolverem esse problema’. Continua dizendo que gostaria de falar sobre outros temas (direito à opacidade?!). Ao responder, Gabriela Oliveira concorda e soma que ‘as pessoas precisam se responsabilizar e dar o próximo passo após se descobrirem como quem reproduz o racismo’, mas devem fazer isso antes de serem expostas ou só pelo sentimento de culpa.

Outros assuntos abordados na *live* foram o ‘racismo na linguagem (com termos ‘denegrir’, ‘mulato’, ‘criado mudo’), a importância das ‘cotas raciais’, a abertura de diálogos entre youtubers com maior audiência ‘para ampliar o alcance de youtubers negro(a/e)s’, a ‘desumanização de crianças negras’ e a ‘importância da educação’.

No ano de 2020, o canal “Gabi Oliveira” contou com outros 31 vídeos, iniciando com “Vamos Falar sobre Livia Zaruty”, publicado em 20 jan. 2020, e finalizando com “Maquia e Fala: Banalização das cirurgias, linha Niina Secrets e mês da paciência negra | DePretas”, publicado em 6 nov. 2020. Os temas foram ‘ficar em casa’; ‘passar fome ou correr o risco de ser contaminado’; opinião sobre produtos, séries, livros e filmes; novo quadro ‘cozinha e fala’ (projeto que, em 2021, virou o canal “Cozinhando com a Gabi”), ‘cuidados durante o

---

<sup>165</sup> Conjunto de *lives* organizadas pelo YouTube Brasil com título “#ConversasQueImportam”, nas quais o objetivo era promover discussões sociais relevantes sobre tópicos. No caso dessa, o tema foi o racismo estrutural no Brasil (que também foi transmitida pelo canal do “YouTube Brasil”). Vale destacar que, 157 vídeos receberam a *hashtag*, lo;[p em 48 canais.

isolamento social’, o ‘problema da desinformação’ (5 vídeos sobre *fake News*)<sup>166</sup> e sobre o ‘processo de adoção de crianças’.

No vídeo da série *fake News*, “As fake news estão tentando atrapalhar o #blacklivesmatter - Gabi Oliveira”, publicado 29 jun. 2020, a youtuber fala sobre a morte simbólica (após a morte física) e o não direito ao luto da família de pessoas negras que foram assassinadas. Exemplifica com notícias que circularam dizendo que ‘George Floyd não teria morrido’ ou ‘dizendo que o vídeo que mostra ele (Floyd) sendo enforcado pelo policial branco Derek Chauvin foi uma encenação’. Além disso, chama atenção para como o fenômeno (*fake news*) é desarticulador de pautas sociais, pois quando as pessoas se organizam para pedir justiça para casos como do adolescente João Pedro Matos Pinto (14 anos, morto dentro de casa no Complexo do Salgueiro, em São Gonçalo), do músico Evaldo Rosa dos Santos (que foi assassinado com 80 tiros) e Marcos Vinicius da Silva (morto durante a operação da Maré), tem como resposta dezenas de *fake news*.

Depois de enumerá-los, a youtuber reivindica que o Estado crie leis e que as aplique no combate a desinformação. Aponta cinco princípios que devem estar na lei: “1 – Mostrar os fatos; 2 – Desintoxicar os algoritmos; 3 – Banir contas falsas e robôs não rotulados; 4 – Rotular conteúdo pago e revelar a escolha do público-alvo; 5 – transparência”. O vídeo traz na descrição informações como site sobre combate a desinformação, campanha Avaaz, e-mail de senadores (para que as pessoas façam o pedido de criação de lei que combatam a desinformação), como também matérias que falam sobre o impacto de matérias falaciosas para as democracias.

Desse vídeo, retorno a minha pergunta de pesquisa: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s?” Para o referido vídeo, as respostas são: a forma como a violência acomete às pessoas negras (experiência vivida ou experiência percebida); a indignação por famílias de pessoas negras que foram assassinadas não terem direito ao luto; a forma como o isolamento social e a Covid-19 atingiu a população negras.

Quando o olhar se volta para o canal “Gabi Oliveira” como um todo, a resposta para a pergunta de pesquisa pode ser respondida com: estética negra (foco em cabelo e maquiagem); diálogo com marcas e empresas para que produzam produtos voltados para pessoas negras e ampliem a participação de pessoas negras dentro da empresa; impacto da política representativa na vida cotidiana; o ‘racismo de cada dia e o letramento racial’; a importância das cotas raciais

---

<sup>166</sup> Foram os vídeos “As fake news estão tentando atrapalhar o #blacklivesmatter - Gabi Oliveira”, publicado 29 jun. 2020; “A luta de uma mãe contra as fake news | Gabi Oliveira – DePretas”, publicado 18 ago. 2020; “Lutamos para defender o legado da minha irmã | Gabi Oliveira – DePretas”, publicado 25 ago. 2020; “Minha mãe recebeu a notícia que eu tinha morrido!”, publicado 8 set. 2020 e “O presidente me acusou de escrever uma fake News”, publicado 15 set. 2020.

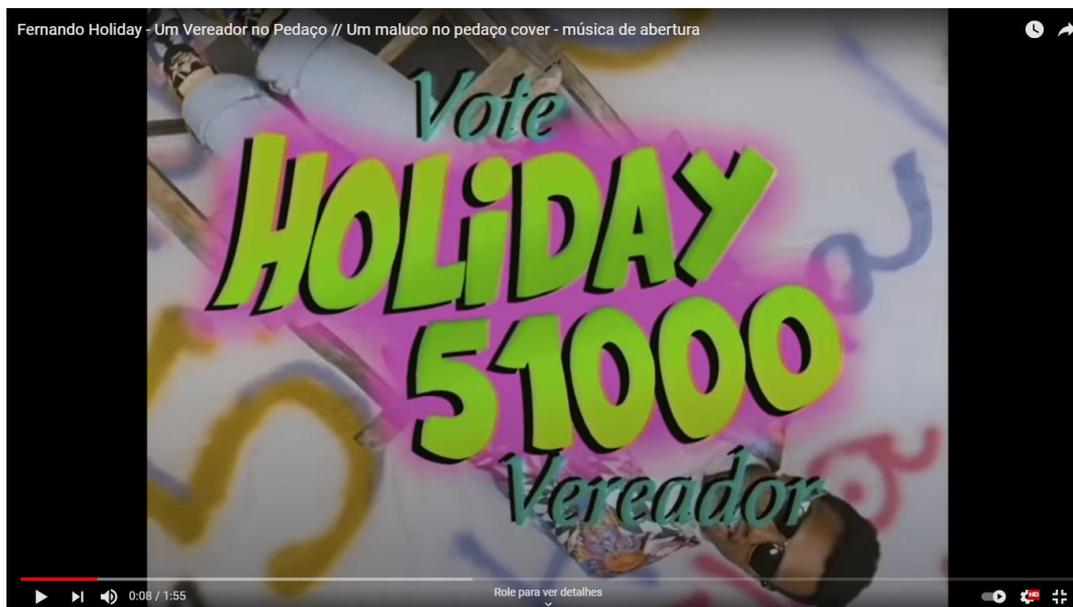
e sociais para mitigar impactos das desigualdades; a maternidade de mulheres negras e cuidados com a saúde mental. Dito isso, o próximo canal analisado é o de “Fernando Holiday”, um youtuber-político.

Em 2020, o canal teve 85 vídeos postados, iniciando com “And the Oscar goes to... CORRUPTION. The Edge of Hipocrisy”, publicado em 7 fev. 2020, no qual continua a disputa pela narrativa do *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff (falando dos documentários “Democracia em Vertigem” X “Não vai ter golpe”) e finaliza o ano postando o vídeo “A Tim acabou com o racismo no Brasil!”, publicado no dia 4 dez. 2020, que ironiza o aplicativo “teclado consciente” da empresa de telefonia que faz uma alerta toda vez que o(a/e) usuário(a/e) digitar um termo racista. 2020 é também um ano eleitoral, assim, Fernando Holiday utilizou para ‘continuar prestando contas do serviço como vereador (tal como nos anos anteriores), mas também pediu apoio’ (vídeos “O mandato de Fernando Holiday”, publicado no dia 21 ago.2020, e “Não me deixe perder a eleição”, publicado no dia 12 nov. 2020). Os temas abordados foram: ‘construção e desconstrução de heróis negros’ (“O seu professor mentiu: o capitalismo libertou os escravos!”, publicado no dia 14 mai. 2020, ou “Zumbi não era herói!”, publicado no dia 20 nov. 2020). Também se pronuncia contra fenômenos racistas como “O caso Carrefour e o racismo estrutural”, publicado 20 nov. 2020, apontando que não existe racismo estrutural e que as punições devem ser individualizadas aos sujeitos que cometem racismo. Além disso, segue com falas anticorrupção e antipetistas, e a prestação de contas do mandato como vereador (2016-2020).

O vídeo “Fernando Holiday - Um Vereador no Pedaco // Um maluco no pedaço cover - música de abertura”, publicado no dia 20 de out. 2020, traz um vídeo(clipe) de campanha à reeleição do vereador-youtuber. O videoclipe/campanha é inspirado na série “Um Maluco no Pedaco”, com o personagem principal Will Smith (Will) (ver Figura 16)

A letra-paródia conta sobre a trajetória de vida do influenciador digital-vereador. ‘Veio de Carapicuíba, preto, pobre, pai sumido e que se descobriu gay’, então ironiza afirmando ‘que deveria ser Psol, PT, da Une ou do PCdoB’. Na sequência, diz que, na escola, especificamente, na aula de História, o professor teria tentado convencê-lo sobre a dívida histórica e que, se não lesse a cartilha, deveria ir jogar uma bola. O próximo tema do videoclipe é sua ida até Brasília (junto com o MBL pedindo o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff).

**Figura 16 – Videoclipe de Campanha de reeleição de Fernando Holiday “Um vereas no Pedação” - Abertura**



Fonte: Captura de tela do vídeo “Fernando Holiday - Um Vereador no Pedação // Um maluco no pedaço cover - música de abertura”

O videoclipe também cita quando o Ciro o chamou de ‘capitãozinho do mato’, em uma entrevista à Rádio Jovem Pan<sup>167</sup>. Na paródia diz “E o Ciro foi racista peguei o fato... Humm... Terminou condenado” (FERNANDO...2020, 00:01:01 – 00:01:06). Conta, ainda, do tiro que deram no prédio da Câmara, no mesmo andar que fica seu gabinete, sobre o corte na previdência ‘e o corte de privilégio’, e, antes de fixar o número 51000, diz: “O movimento negro vai ter que chorar de pé, pois essa cadeira é minha e o negão é de fé” (FERNANDO...2020, 00:01:10 – 00:01:15) (ver Figura 17).

Holiday finaliza dizendo que encerrou o mandato ‘economizando e ferrando o burocrata, porque passou o revogaço’. Pede para que vote nele sendo preto, branco ou gay.

<sup>167</sup> Segundo o portal de notícias G1 São Paulo, “Em fevereiro de 2019, o ex-governador do Ceará, Ciro Gomes, foi condenado em primeira instância pelo TJ-SP a pagar R\$ 38 mil de indenização por danos morais ao vereador paulistano Fernando Holiday”. A matéria ainda diz que: “Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) determinou que um carro de luxo do ex-ministro Ciro Gomes (PDT) seja penhorado para indenizar o vereador Fernando Holiday (DEM) por danos morais.” (JUSTIÇA..., 2020, texto digital).

**Figura 17 - Videoclipe de Campanha de reeleição de Fernando Holiday “Um vereas no Pedação” – Essa cadeira é minha**



Fonte: Captura de tela do vídeo “Fernando Holiday - Um Vereador no Pedação // Um maluco no pedaço cover - música de abertura”, publicado no dia 20 de out. 2020

O videoclipe-campanha pode ser lida como uma síntese da estética da ‘direita transante’ (SANTOS; CHAGAS, 2018), que tem como performance a utilização de canais de comunicação direta, narrativas de trajetórias pessoais e retratam uma agenda liberal e libertária. Vale destacar que o MBL tem como leitura obrigatória para seus integrantes o livro “As seis lições”, do economista Ludwig von Mises<sup>168</sup>.

Já no vídeo “Trump salvou os negros nos EUA?”, publicado no dia 30 set. 2020, fala sobre o primeiro debate entre os presidenciáveis dos Estados Unidos. Em um minuto e 11 segundos, o político-influenciador digital faz uma análise do debate e sintetiza da seguinte forma: de um lado está ‘Joe Biden com a esquerda, pensando em todos os problemas enfrentados pelas populações negras’, e, do outro, ‘Trump, que, em seu governo, fez um dos maiores cortes de impostos da história dos Estados Unidos e, que, com esses cortes, a comunidade negra pôde alcançar empregos melhores, sair dos níveis de desemprego’. Ele continua que “[...] não foi por meio de cotas, não foi por meio da reserva de vagas, não foi com um empurrãozinho do Estado, foi simplesmente com a liberdade concedida, e isso os democratas não têm para entregar. E isso a esquerda, seja lá [Estados Unidos] ou seja aqui [Brasil], também não tem para entregar.” (TRUMP..., 2020, 00:00:48 - 00:01:03).

<sup>168</sup> De maneira mais ampla o texto que discute esse momento neoliberal em que vivemos é a tese premiada “Menos Marx, mais Mises”, de Camila Rosa (2018).

Sem adentrar diretamente no argumento neoliberal do corte de impostos e alcance (imediatos) de melhores empregos para a população negra, busco retomar um ponto já discutido nessa tese: a não garantia de eliminação do racismo, preconceito e discriminação através da ascensão social, embora as pautas de educação, emprego e saúde sejam centrais para pensar em reparos e justiça intergeracionais.

Já no vídeo “Causa da morte: racismo!”, publicado 30 maio 2020, Fernando Holiday se manifesta sobre a morte de George Floyd. Afirma que ‘a morte do homem negro estadunidense foi um caso de racismo estruturante e que nos Estados Unidos, até 1960, ainda tinham leis segregacionistas’. Aponta que ‘é preciso observar dois fatos que não estão sendo levados em consideração’: a reação do movimento negro em Minnesota que em protestos que ‘queimou, saqueou lugares públicos e privados, onde poderiam ter pessoas negras’ e que há uma ‘relativização dos mesmos grupos de esquerda que não ajudam a melhorar a sociedade’. O raciocínio é que ao ‘denunciar tudo como racismo, a denúncia perderia o sentido e quando se depara com um caso como o de George Floyd (violência letal), no qual ficaria difícil de se fazer um debate sério’. Finaliza o vídeo dizendo que o racismo não se ‘restringe a espaços geográficos (pelo fato de Minnesota ficar ao Norte dos Estados Unidos, local historicamente com menos ocorrência de racismos)’ e que tanto na ‘direita quanto na esquerda’ há racismo.

Fernando Holiday, que se apresenta como um homem, negro, gay, de direita, que coordenou o MBL no momento em que o movimento reivindicou o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, que vive (viveu e, com certeza, infelizmente, viverá) experiências de racismo e o reconhece em diversos fenômenos, também é contra as cotas raciais por acreditar que elas não resolvem o problema. Olhando para essas características, a pergunta de pesquisa desta tese é quase respondida, posto que são o que orienta o discurso do vereador no YouTube. Todavia, acrescento que o ser negro, gay e vindo da periferia é narrado a partir de uma perspectiva da ‘aventura empreendedora da história pessoal’, apoiando em si mesmo para criar sua vida (EHRENBERG, 2010; ROSE, 2011). Além do apoiar em si mesmo para se narrar, o youtuber-vereador busca apresentar os verdadeiros heróis negros do país que, segundo sua visão, são aqueles que tiveram uma carreira de sucesso e não precisaram de um ‘empurrãozinho do Estado’.

No campo discursivo político mais próximos a uma direita conservadora (nos costumes), saio de São Paulo e chego em Milão com o clique no ‘botão’ da análise no canal “Etnia Brasileira”. No período de análise, a youtuber Livia Zaruty produziu 116 vídeos e começa o ano com o vídeo “Nego do Borel o barco furou e a brank' a fugiu”, postado em 2 jan. 2020, e encerra com “🔥Thelminha ostentação na ilha | Felipe Neto Futebol e saideira”,

publicado em 29 dez. 2020. Neste ano, além do tema recorrente de que ‘não existem pardos’ e que no Brasil todos são ‘etnia brasileira’, comentou sobre o Big Brother Brasil, séries, filmes e músicas; ‘se branco pode falar da Beyoncé’; pautou as ‘características da mulher retinta’; falou ‘sobre política partidária’ e as ‘eleições municipais’; além, claro, sobre Covid-19.

O vídeo “5 Características da mulher preta retinta | Falando de beleza negra”, publicado em 28 jul. 2020, traz característica de mulheres pretas narrados pela youtuber, a saber: ‘pele marrom e não-afro-bege’; ‘mudam constantemente de cabelo’; ‘nem toda preta é barraqueira ou faz o estilo com cigarro no peito, chinelo no pé e funkeira’ (aproveita para dizer que adora a Jojo Todynho e não gosta da MC Carol – com quem já teve uma ‘afro-treta’). Continua elencando as características ao dizer que as mulheres pretas podem ‘até ter nariz e boca fina, mas continuarão sendo negras por que a pele é retinta’. Finaliza o vídeo dizendo que também está no Tik Tok<sup>169</sup>.

Assistindo a esse vídeo, pensei nas estratégias de construção de novos regimes de representação discutidos por Stuart Hall (2016). Parece-me que o vídeo se aproximaria da estratégia da inversão, que não escapa à “estrutura binária de estereotipagem racial” e que traz em si “a complexa dialética de poder e subordinação” (MERCER; JULIEN, 1994, p. 137 *apud* HALL, 2016, p. 215). A forma de abordar as características é imperativa, isto é, ‘essa característica é’, mas ‘esta outra não’, e quem diz é a ‘enunciadora que pode falar, pois é preta’. Nas suas palavras:

Falando de mulher preta. O primeiro vídeo no YouTube dessa modinha que começou no Tik Tok, porém não está sendo levantada por pessoas pretas, né? Então, nada melhor do que uma mulher preta, retinta, né? Falar o que é. Quais são as diferenças, né, de que você é uma mulher preta. Lembrando que cada um tem seu tipo, né, cada um tem suas diferenciações. Não querendo desmerecer pessoas brancas e mestiças e outros, mas cada um tem suas características. Beleza? (5 CARACTERÍSTICAS....., 2020, 00:00:00 – 00:00:40).

O ‘lugar de fala’ é acionado apontando ‘quem pode e quem não pode falar’. Além disso, ‘quem pode ou quem não pode tipificar as características’. Como esse tema e abordagem foi recorrente na análise do canal “Etnia Brasileira”, passo para análise de outro vídeo.

Em “Eu não sou normal eu sou Lívia Zaruty”, publicado em 20 jan. 2020, a youtuber diz que ‘no seu canal, as pessoas irão ver pela primeira vez uma mulher preta falando de celebridades, de outros pretos’ um “[...] fofocalizando afro [...]. Não tenho nenhum problema de você me chamando de fofqueira, do que for, sabe por quê? Porque, olha, eu estou muito

<sup>169</sup> Aplicativo de vídeos curtos, criado em 2016, que possui ferramentas que facilitam a edição, como ‘costura’ (emendar vídeos) e ‘duetos’ (interagir com vídeos já gravados).

mais preocupada com fazer um trabalho que eu possa ganhar, que possa viver daquele trabalho.” (EU..., 2020, 00:00:10 - 00:00:29). Zaruty questiona sobre o fato de outras pessoas não-negras poderem fazer um programa de famosos e ela não.

Na sequência, diz que a saúde mental das pessoas não deve ser motivo de chacota, que já sofreu muitas violências desde ter uma mãe narcisista e ter apanhado por falta de água (que só chegava nas sextas-feiras a noite, na Vigário Geral), mas que, mesmo assim, trabalha duro, paga as contas e pode falar mal de outras youtubers e *influencers* porque é livre. O vídeo é uma tréplica à Gabi Oliveira. Isto porque, entre 2018 e 2019, Livia produziu alguns vídeos falando de Gabi de Oliveira que, em janeiro de 2020<sup>170</sup>, faz um vídeo-resposta (réplica).

Da descrição à análise, em um clique do vídeo “Eu não sou normal eu sou Livia Zaruty”, trago alguns trechos para discussão. Começando pelo que fora acima transcrito, momento em que a youtuber diz que o que ela (Livia Zaruty) faz é um trabalho e que sua preocupação está em fazer um trabalho do qual possa viver. A ideia já foi mencionada em outros vídeos analisados, isto é, há uma monetização e transformação da produção de vídeos para o YouTube em uma ocupação que é remunerada. Como discuti nos capítulos 2 e 3, o processo de profissionalização se dá pelo empreendedorismo de si (ILLOUZ, 2007), operacionalizado na lógica da economia da atenção, respaldado nas subjetividades do capitalismo cognitivo (BOUTANG, 2004) e na ‘espetacularização do eu’ (SIBILIA, 2008), além é claro de não deixar de se entrar em ‘batalhas morais’ (MISKOLCI, 2021).

Entretanto, há o questionamento da youtuber com ‘por que que eu não posso?’. Livia Zaruty faz uma pergunta retórica junto com a afirmação de que seu canal “Etnia Brasileira” seria de ‘fofoca afro’. Deste ponto, falo sobre duas hierarquizações sociais que acontecem, sendo a primeira sobre ‘programa de fofoca’ ser um subgênero de entretenimento e o próprio entretenimento, já é um gênero subalterno, embora seja mais vendável. Trago algumas linhas sobre esse ponto a partir da Sociologia da fofoca, que nos ensina que “[...] o grupo mais bem integrado tende a fofocar mais livremente do que o menos integrado, e que, no primeiro caso, as fofocas das pessoas reforçam a coesão existente” (ELIAS; SCOTSON, p. 129 *apud*

<sup>170</sup> Em 19 dez. 2018, em um maquia e fala intitulado “Livia, rumos do canal e adoção | Maquia e Fala | DePretas”, em um minuto, no final do vídeo, Gabriela diz que as pessoas estão marcando-a em diversas postagens que a Livia tem feito dela (diz sem falar o nome) e que não sabe se quer responder, mas pergunta o que os seguidores acham, se deve ou não fazer um vídeo resposta. O vídeo resposta é publicado em 20 de jan. de 2020: “Vamos falar sobre Livia Zaruty | DePretas”, e é a esse vídeo que Livia está respondendo com “Eu não sou normal eu sou Livia Zaruty”. Adendo é que em 13 ago. 2021, Livia publica o vídeo “🔥Gabi Oliveira De Pretas caso Côrtes o outro lado da triangulação #exposed”, no qual fala que houve um equívoco em relação a Gabi Oliveira e à Côrtes Assessoria, pois outras pessoas teriam feito ‘triangulação’ de informações e indicaram que Livia falasse de Gabi e Egnalda no canal. Assim, anuncia que retiraria todos os vídeos sobre o tema e que o “Etnia Brasileira” passaria por uma reformulação (os vídeos foram removidos).

OLIVEIRA, 2010, p. 3). Há também uma distinção entre ‘*blame gossips*’ (fofocas com culpa), que seriam as fofocas depreciativas, e as ‘*pride gossips*’ (fofocas com orgulho); mas, em meio a boataria, o que fica claro é a existência do jogo de afirmar os estabelecidos e os *outsiders*.

No caso do canal “Etnia Brasileira”, há momentos que se aproxima dos estabelecidos (aqui entendidos como youtubers negros com mais de 100 mil inscritos) e outro que se coloca como *outsiders*, ao autoidentificar como uma youtuber que não pertencente ao ‘grupo de militantes negros do YouTube’. Todavia, ao se comparar a outro(a/e)s *youtubers*, quase todos os canais que analisei nesta tese são *outsiders*, uma vez que possuem audiências pequenas ou médias, isto é, não ultrapassam o marco de um milhão de inscritos (salvo Canal do Pericão e 10Ocupados).

Voltando aos entretenimentos de fofoca midiaticizados, os mesmos podem ser lidos como ampliadores das fofocas cotidianas. Contudo, o alvo não é o vizinho do bairro, uma pessoa da rede de sujeitos comuns, na verdade, são as celebridades. Com o fenômeno das plataformas digitais surgiu a categoria de influenciadores que são uma espécie de ‘micro-celebridades’. É possível inferir que dentro da plataforma, o(a/e)s youtubers com mais prestígio (audiência) seriam compreendidos como celebridades e, assim, a lógica da fofoca permanece que tem uma verve moral e conservadora que “[...] exprime-se no fato de que os boatos podem em algum grau desestabilizar o prestígio de um determinado agente dentro da rede na qual ele interage com outros.” (OLIVEIRA, 2010, p. 5). Assim, trata-se de um jogo (fofoca) que deslocou da vida cotidiana (não mediada ou midiaticizada), para os programas de televisão e, na sequência, para as redes sociais digitais, e Lívia Zaruty se coloca como uma youtuber que se propõe a produzir esse tipo de conteúdo<sup>171</sup>.

O segundo ponto (hierarquizações percebidas) é que se trata de um sujeito com marcadores sociais da diferença subalternizado e hierarquizado como inferior que performa em um subgênero de entretenimento (‘programa de fofoca’). Mas, por ser quem é, há uma segunda desautorização. Sobre esse ponto, destaco que corpos dissidentes são vistos primeiros pela dissidência, pela marca que trazem, do que pelo que fazem. Para ilustrar: a figura de Clodovil Hernandes, antes de ser lido como um ator ou político, era um homem gay; Fernando Holiday, antes de ser político de direita, é um homem gay-negro ou negro-gay; Agustín Fernandez, antes de ser um maquiador e influenciador digital, é um homem gay. Os exemplos são muitos, assim como o da própria Lívia, que, antes de ser entendida como youtuber, é uma mulher negra.

---

<sup>171</sup> O que é reconhecido, por exemplo, pela análise de métricas do *Social Blade*, que classifica o canal como entretenimento.

Contudo, como já mencionado, para as fixações há contraestratégias de deslocamento nas significações e disputas do regime de representação. Sendo, assim, uma contraestratégia o jogo com o olhar que busca “[...] torná-lo ‘estranho’ por meio de sua própria atenção – isto é, tenta desfamiliarizá-lo.” (HALL, 2016, p. 219). Stuart Hall (2016) cita Lenny Henry que em sua ação como humorista que se vale da caricatura afro-caribenha para fazer rir *com ele* e não *dele*. Para ilustrar é possível citar o humorista Yuri Marçal ou Rita Von Hunty (drag queen do professor e ator Guilherme Terreri), pois articulam o ‘ser negro’ ou ‘ser gay que se monta’ para falar sobre identidades e de outros temas.

O ‘*play da análise*’ ainda é apertado na ideia de ‘fazer chacota com a saúde mental’, uma vez que um estereótipo comum para representar mulheres é da ‘pessoa louca’ e das mulheres negras é ‘barraqueira, a raivosa’. A estereotipagem é um processo de fixação e essencialização que não (auto)explica como foi produzido e possui uma “[...] repetição demoníaca” (BHABHA, 2013, p. 117). Todavia, Shirley Tate (2018) lança luz sobre a construção da mulher negra como raivosa e cuja ações são enquadradas como uma ‘pessoa louca’, que ‘vê coisas onde não tem’, etc.

Assim, o vídeo de Livia Zaruty, é possível perceber uma mulher negra que é uma influenciadora digital (no YouTube e em outras plataformas) que tenta se inserir a partir de um subgênero do entretenimento (‘programa de fofoca’). Além disso, pode ser lida como uma *outsider* pela própria plataforma YouTube, pois, ‘estabelecido(a)s’ são youtubers que ganham prêmios, são convidados ou selecionados para projetos remunerados, a exemplo: *YouTube Creators For Change*<sup>172</sup>; *YouTubeNegro*; *YouTubeBlack Brasil*; *YouTube Black Creators* ou Fundo Vozes Negras.

Diante disso, vejo um agenciamento da raiva, isto porque a “[...] raiva, como dor psicológica institucional, pode ser também produtiva e agenciadora quando percebemos que ela está enraizada em resposta às injustiças racistas” (TATE, 2018, p. 184). Não estou falando do ‘*como*’ (a maneira pela qual a youtuber está agenciando sua raiva), mas ‘*do quê*’ o agenciar da raiva. Frantz Fanon (2015) em “Os condenados da terra”, também fala que a raiva é uma ferramenta para restituição da sua humanidade e pode ser mobilizada como uma rejeição da atualidade e do ‘devir’ de pessoas que são racializadas e subalternizadas. Em síntese, não é porque a forma de agenciar a raiva no vídeo fora feita da maneira que transcrevi (acionando o ‘lugar de fala’, por exemplo) que esse agenciamento deve ser desconsiderado.

---

<sup>172</sup> Esse é um projeto que a youtuber se inscreveu, produzindo o vídeo “Raça e Etnia Brasileira 🇧🇷 por Livia Zaruty #01”, que estreou em 25 nov. 2018 e continha as hashtags: “#CreatorsforChange; #EtniaBrasileira”.

Para finalizar, retomo a pergunta: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negro(a/e)s brasileiro(a/e)s?”. No caso de Lívia Zaruty, do canal “Etnia Brasileira”, tem-se o dito ‘ser um espaço de entretenimento e fofoca’. Embora seu canal seja o que tem a maior quantidade de vídeos produzidos por ano (dentre os canais analisados nesta tese) – considerando os anos 2018 (92), 2019 (126) e 2020 (116) e cujo tempo de cada um tenha uma média 15 minutos –, o que está nas entrelinhas da orientação para produção de conteúdo é o ‘não lugar’, uma *outsider* para plataforma, posto que não ganhou nenhum prêmio (salvo a “Placa Prata” de 100 mil inscritos). Politicamente, o que informa o discurso é a ‘pauta da autodeclaração racial’, sua ‘discordância da junção de pretos e pardos para construir a categoria negros’ e as ‘cotas raciais para pessoas que não são pretas’. Dito isso, se de um lado de lá do atlântico negro esse é o tom, do lado de cá, na Bahia, é outro. Assim sendo, ao som de ‘Você já foi a Bahia?’, começo a análise de “10Ocupados”.

Foram postados 95 vídeos em 2020 no canal “10Ocupados”, iniciando com o vídeo “Creator Summit 2019”, publicado em 9 jan. 2020, no qual Eric Sena e Luís Peixoto contam como foi sua participação no evento do YouTube *Creator Summit* que aconteceu em Los Angeles (EUA), e finalizam o ano com o vídeo “Flanelinha de Condomínio”, publicado em 14 dez. 2020. Os temas do grupo de humoristas baianos continua sendo a infância de crianças negras e pobres vivida nas periferias de Salvador, retratadas em esquetes como os ‘tempos de infância’, ‘o pestinha do bairro’ e ‘brincadeiras de infância’. Outro tema que continuou pautando o humor dos “10Ocupados” foi o esquete da ‘agência criativa’, ‘carneval’ e ‘tempos de arraiá’, as ‘brigas e festas de vizinhos’, mas, em 2020, a abordagem foi informada pelo isolamento social, assim, o título trazia o termo ‘clandestino’ e o humor era provocado com a retratação de pessoas ‘furando’ o isolamento.

O ano de 2020 também teve o ‘Talk Show ‘Bolado’’, do personagem Sucrilhos Boladão, de Lukas Lelé, que gravou no *YouTube Space* Rio (Rio de Janeiro) dois episódios: “Talk Show Bolado - Episódio 1 (@Castro Brothers)”, publicado dia 20 out. 2020, e “Talk Show Bolado - Episódio 2 (@canal ixi)”, publicado dia 30 out. 2020.

Em novembro, no dia 18, os “10Ocupados” publicaram o vídeo “Nenhuma Novidade ep1”, que retrata um ‘telejornal que não traz novidades’. O repórter ‘Alceu Dispor’, correspondente de Brasília, que diz que nova medidas foram tomadas, as quais irão impactar a vida das pessoas e que não são boas (mas, não fala quais são). Na sequência, o especialista Dr. Manga (Dum Ice) ‘dá dicas sobre como se prevenir contra o Covid-19’ (tomar suco de manga), depois o Kosko (personagem de Dum Ice) diz que tem algo a dizer ‘bomba atrás de bomba’ e se esquece do que era o ‘assunto bomba’. Dum Ice ainda é entrevistado como ‘colchi’ (*coach*)

que, sentado em uma moto (Honda Biz, tipo popular), ensina sobre educação financeira com a frase: ‘vá até onde seu braço alcança’, não se pode gastar mais do que ganha. Seu Astolfo (Leozito Brito) monitora (24 horas como no BBB, diz a legenda do vídeo) a comunidade e manda quem está andando na rua sem máscara ir para casa, finaliza como a ‘Previsão do Emo’, na qual ‘Enzo, O emo’ (Dum Ice) fala sobre o clima.

Apesar dos youtubers terem produzido bastantes vídeos ao longo do ano de 2020, o ‘telejornal’ demonstra um pouco da sensação do segundo semestre que foi ‘nada mudou’, ‘nada novo’. O telejornal dos “10Ocupados” não fala que sobre a constante no elevado de mortes e casos de Covid-19, negacionismos, mas trazem as diversas dicas de prevenção erradas (no caso, retrataram humoristicamente com as dicas falaciosas que circularam em diversas plataformas digitais e aplicativos), como manter a vida financeira em momento de crise etc.

O vídeo “Assalto com segurança”, publicado em 15 jun. 2020, simula um assalto que é interrompido quando a vítima (Leozito Brito) se assusta dizendo ao assaltante (Eris Sena) que coloque a máscara e se afaste, pois, a regra é o isolamento social. Tira o álcool da mochila e passa na ‘arma’ e nas mãos do assaltante. Na sequência, o assaltante espira e a vítima do assalto foge com mais medo do vírus do que do assalto.

No vídeo “Churrasco clandestino – (cap. Renata atende ocorrência)”, publicado dia 17 jul. 202, traz o churrasco que o personagem de Eris Sena fez durante o isolamento social, mas, para disfarçar, convidou seu ‘padrinho’, o capitão Renata (um policial truculento que sempre faz as ‘abordagens de rotina’). Ambos vídeos buscam representar, por meio do humor, como que a pandemia e o isolamento social foram vividos no Brasil, com assaltos e violências (outras) que perduram. O vídeo “Churrasco clandestino” apresenta novamente o ‘jeitinho brasileiro’ de solucionar questões, no caso, devido ao isolamento social, é proibido aglomerar pessoas, e o personagem de Eris Sena, quando quis fazer uma festa (churrasco), convidou seu padrinho, o capitão Renata, para disfarçar e protegê-lo. Assim, se alguém se tivesse algum problema, bastava acionar o “você sabe com quem está falando?”.

Chegando nesse ponto, pergunto: “O que orienta a construção dos discursos dos humoristas ‘10Ocupados’?” O grupo é formado por homens negros, entre 25 e 45 anos, criados nas periferias de Salvador (Bahia), onde viveram uma infância e juventude pobre e racializados como negros e foi dessas experiências que extraíram a matéria-prima para produção dos vídeos. A maioria dos integrantes do grupo não frequentou a universidade<sup>173</sup> e não relatam ter sofrido racismo em unidades escolares do ciclo básico de educação (Ensino Fundamental I e II e Ensino

---

<sup>173</sup> Com exceção dos 10Ocupados e de Livia Zaruty, todos youtubers que tiveram seu canal analisado nesta tese fizeram, pelo menos, graduação, e Murilo Araújo chegou a cursar o doutorado.

Médio). O que intrigou, uma vez que os demais youtubers apontam o ‘trauma do colégio’, levando-me a questionar como é a experiência racial em um dos estados mais negro do país. Outro fato que informa a produção de conteúdo é a sociabilidade masculina e, como demonstrado, parece-me que está mais próximo da ‘casa dos homens’ (WELZER-LANG, 2001) do que da ‘casa da diferença’ (LORDE, 2018). Ou, ainda que entrariam na ‘casa da diferença’ como se fosse a ‘casa dos homens’. Além disso, a estética adota pelos 10Ocupados está mais próxima do que seriam os youtubers de primeira geração, isto é, antes dos anos 2010. Por fim, os “10Ocupados” buscam representar uma infância para um grupo social que não pode ser criança, posto que a desumanização da pessoa negra é iniciada ainda na infância e demonstram nos esquetes que: ‘apesar de .... foram crianças que deram risadas’. Da ‘capital iorubana das Américas’ para Rio de Janeiro, em um clique, sigo a análise com “Muro Pequeno”.

O youtuber Murilo Araújo, que nasceu na Bahia e vive no Rio de Janeiro, produziu, em 2020, 24 vídeos. O ano foi iniciado no canal “Muro Pequeno” com a postagem do vídeo “#PotênciasNegras: o making of”, publicado dia 5 mar. 2020, e finalizou com “2020: o ano em que eu saí da terapia”, publicado em 29 dez. 2020. Durante a pandemia e o isolamento social produziu uma série de vídeos ‘População negra e...’ com temas relacionados a educação, saúde, moradia, direito à terra. Também participou das campanhas: “#AliadosPeloRespeito” (iniciativa do Banco Bradesco), com o vídeo “A história do meu empoderamento”, publicado 5 jun. 2020, e #YouTubeBlack Brasil 2020, com o vídeo “Caminhos pra valorizar as vozes negras”, publicado no dia 19 nov. 2020; o vídeo também foi marcado com a *hashtag* #VidasNegrasImportam. Além disso, falou do seu curso online: “🏳️ Teologias Cristãs e a Questão LGBTI+ 🏳️”, publicado no dia 8 set. 2020, com vídeo homônimo. Outros temas foram a questão da pornografia gay e estereótipos racistas, cultura do cancelamento e como evitar tretas desnecessárias na internet.

No vídeo “Estereótipos racistas na pornografia gay”, publicado no dia 23 set. 2020, o youtuber fala sobre a forma estereotipada de representação de homens gay e negros na pornografia. Afirma que, para pessoas brancas, as categorias são diversas (tal como na sociedade), mas que para negros e asiáticos é uma única.

Há, na Sociologia, uma literatura vasta sobre pornografia. Todavia, aqui trago alguns pontos, como: a pornografia ser uma referência para representação homossexual masculina, pois é uma das únicas formas culturais positivas de sexualidade entre homens. Este ponto, discutido por Shariff Mowlabocus, conheci ao entrevistar Felipe Padilha<sup>174</sup> (ANJOS;

<sup>174</sup> E foi também em um texto de Felipe Padilha (2015) que tive contato com a Susanna Paasonen (2013) que fala

CAMARGO; LIMA E SILVA, 2021). A ausência de uma representação de homossexuais vista como ‘bonita e desejável’ é marcada também por estereótipagens, mas que a pornografia possibilita que dois homens másculos se beijem e isso seja retratado como algo positivo. Desse modo, a pornografia é um dos poucos espaços midiáticos e ‘seguros’ para essa representação funcionar.

Dito isso, volto ao foco do vídeo, que é a representação de homens negros na pornografia eclipsados em seu pênis, virando um membro, a genitália (FANON, 2008). O vídeo cita os textos “Reconhecendo estereótipos racistas na mídia norte-americana”, de Suzane Jardim; “Representações raciais na pornografia gay”, de Osmundo Pinho; e os vídeos “Pornografia: você está viciado?”, de Renan Wilbert (que não está mais disponível) e “Corpo negro, corpo asiático: o corpo racializado na pornografia gay ocidental”, de Hugo Katsuo.

Para o canal “Muro Pequeno”, o que orienta a construção dos discursos presentes nos vídeos? O youtuber é o que possui maior grau de escolaridade entre os canais selecionados para compor o objeto de análise desta tese, isto porque é mestre e quase finalizou o doutorado em Linguística Aplicada na UFRJ. Não raro, ao longo dos vídeos (2015 a 2020), recorre ao ‘lugar de fala’, como também ‘ensina’ sobre ‘Lugar de escuta’ (para outras pessoas).

Murilo é um homem gay, negro e nordestino que vive no Sudeste. Teve sua formação política em movimentos religiosos (pastorais católicas) e nos coletivos universitários (assim que acessou a universidade, em 2008). Em alguns vídeos, conta que seu processo de construção da identidade homossexual se deu em espaços de socialização que não discutiam raça e, somado a isso, o fato de não ter a pele escura, a discussão sobre ser negro começou somente na universidade. São essas experiências que orientam o discurso presente nos vídeos postados em seu canal “Muro Pequeno”, mas também o momento em que foi vivido.

Ora, além um dos elementos que coloquei no alguidá (contexto) da análise para preparar esse ebó (categorias) e despachá-lo (análise), tem-se os ‘léxicos identitários da esfera pública técnico-midiatizada’ e a estética da econômica da atenção (MISKOLCI, 2021). Vale mais o quê? Identidade ou empreendedorismo de si? Pergunta que, por enquanto, se mantém mais retórica do que as reflexões que trago nas considerações finais desta pesquisa. Já é possível sentir o cheiro do ebó, mas falta um elemento no alguidá. Por isso, caminho na estrada-escrita para o canal “Nátaly Neri”, que deixa de ser “Nátaly Neri – Afros e Afins”

---

sobre o consumo de pornografia após a internet e [...] aponta o fato de que a internet, pelo seu caráter interativo e mais acessível a pequenos produtores, propiciou o crescimento da pornografia amadora. Nesse cenário, a *web* se converteu em um terreno fértil para a esse tipo de pornografia na medida em que permitiu a criação, execução, distribuição e confecção de sites próprios para o compartilhamento de imagens e vídeos – de forma gratuita ou paga e com preços variados (PAASONEN, 2013 *apud* PADILHA, 2015, p. 81).

Em 2020, o canal teve 32 vídeos, iniciando com “Relacionamentos abusivos, metas e 2020 - Maquia e Fala”, postado em 9 jan. 2020, e finaliza com “Escolhas diárias que fazem bem pro mundo e pra gente feat. Natura Ekos”, publicado em 22 dez. 2020. O canal passou por mudanças, como, por exemplo, do próprio nome, que não tem mais o “Afros e Afins”, e acrescenta um novo *slogan* que é dito após seu nome no começo dos vídeos. Desse modo, a abertura dos vídeos passou a ser: “Olá, meu nome é Nátaly Neri, aqui a gente cria vida com intenção, autonomia através de... [assunto do vídeo]” – antes era: “Olá, meu nome é Nátaly Neri, sejam todos bem vindos ao meu canal Afros e Afins”.

Os temas continuam sendo ‘relações raciais’; ‘sexualidade’; ‘feminismo negro’; ‘resenhas de produtos e séries’ e acrescenta a saúde mental em contexto de pandemia, a finalização do seu trabalho de conclusão de curso em Ciências Sociais, ‘cancelamento e militância *soft*’.

No alguidá faltava falar diretamente sobre o fenômeno do ‘cancelamento digital’, por isso, aperto o ‘*play* da análise’ no vídeo “Nátaly Neri está cancelada: Cultura do cancelamento, representatividade e outras reflexões”, publicado dia 30 jan. 2020. Nele, Nátaly narra a história do cancelamento, remetendo ao *exposed*<sup>175</sup>, e segue falando de tema como o não direito ao esquecimento (memória digital); sentimento de poder de falar ‘quem pode ou não pode’, ‘quem vai seguir ou vai ser cancelado’; chama o momento que vivemos de ‘pós-problematizador’, onde há um (pseudo)entendimento de que todos estão desconstruídos. Aborda, ainda, os limites da representatividade; a homogeneização da pauta; que o cancelamento é uma despolitização; a representatividade diante da proporcionalidade (BERTH, 2019); endeusamento e desumanização e que, por tudo isso, ela está (auto)cancelada.

O vídeo de 32 minutos traz diversas questões das quais analiso algumas. O cancelamento, na obra “Batalhas Morais”, é entendido como um processo que busca censurar e causar prejuízo financeiro de alguém do universo de entretenimento. No contexto brasileiro, [...] “adquire significado próprio que sublinha não apenas o desejo de humilhar publicamente alguém ou lhe causar prejuízo econômico, mas também, possivelmente, de exterminá-lo” (MISKOLCI, 2021, p. 72). O sociólogo acrescenta que as práticas de cancelamento e escracho são dirigidas:

---

<sup>175</sup> Consiste em encontrar um conteúdo veiculado por alguém que ‘revele um segredo’ sobre aquela ou outra pessoa, iniciado no Twitter.

[...] tanto a adversários comuns – como conservadores e reacionários – quanto a colegas dentro do mesmo campo de atuação política e produção de conhecimento. No meio densamente emocional dos serviços comerciais de rede social, influenciadores digitais lideraram campanhas de suposta conscientização política que permitiram ampliar ou consolidar sua base de seguidores ao mesmo tempo em que destruíram aqueles que consideravam adversários no que talvez possamos chamar de mercado do reconhecimento na esfera pública técnico-midiatizada. (MISKOLCI, 2021, p. 72).

Com características semelhantes a diversos processos de ‘eliminação do outro’, o cancelamento, na esfera pública técnico-midiatizada, possui mecanismos, léxicos e é orientado pela apropriação da expressão “lugar de fala”, onde somente quem viveu o fenômeno em pauta é que pode falar sobre. Ademais, a legitimação e averiguação dos fatos se dão pela experiência da pessoa que fala. Se alguém fala diferente e, principalmente, se não tem a experiência vivida com os mesmos marcadores sociais da diferença, deve ser cancelado(a/e), conforme a lógica desta esfera. Dito de outra forma, as discussões acadêmicas foram transformadas em questões identitárias e vigilância comportamental (punitivistas).

Desta maneira, é possível afirmar que o(a/e)s youtubers negro(a/e)s (de modo geral) ou produtores de conteúdo que trazem pautas identitárias, em muitos momentos, são ‘agentes duplos’ do ‘cancelamento digital’. Isto porque, em alguns incitam e se valem do ‘lugar de fala’ para dizer que podem falar sobre o que estão falando, uma vez que possuem a experiência informada pelo marcador social da diferença. Ou apontam erros de pessoas, marcas e instituições reivindicando que sejam canceladas. Contudo, se o(a/e)s mesmo(a/e)s youtubers ‘dão close errado’, ou seja, falam aquilo que pode ser enquadrado fora do seu ‘lugar de fala’ ou o que não está no ‘manual de conduta’ da vigilância cancelador(a/e)s, são encontrado(a/e)s, exposto(a/e)s e cancelado(a/e)s.

Outro ponto desse vídeo é o termo ‘pós-problematizado’, no qual a youtuber fala sobre a sensação que alguns têm (e ela mesma)<sup>176</sup> de que se está vivendo em um mundo em que as coisas já foram problematizadas, que as pessoas estão desconstruídas e, por isso, não saber sobre determinado tema seria um erro. Nátaly, falando em tom de ironia, acrescenta:

Como se não fossemos nós, os jovens contemporâneos, que estão online a maior parte do tempo começaram a acessar esta informação ao, o que? Nem cinco ou seis anos. Começaram a se letrar muito, começaram a entender e a refletir sobre as possibilidades humanas, políticas e sociais, na internet, na velocidade da luz. E a gente tem discussões que a gente acha que ó... Já passou. (NÁTALY, 2020, 00:06:16 - 00:06:36).

---

<sup>176</sup> Novamente o mecanismo dos pronomes, neste caso entre o ‘eles/elas’ e ‘nós’.

No minuto seguinte, afirma que nem todas pessoas têm as mesmas oportunidades para poder se letrar. Sobre isso, trago a ideia de letramentos que se deram na síntese: ‘coletivo-internet-sala de aula universitária’ e, é claro, na ‘velocidade da luz’. Por isso, são marcadas pelos fenômenos da pós 2010 e da ‘conectividade perpétua’, viveram também o momento das ‘cotas raciais’ que apresenta uma “[...] disrupção simbólica [que] começa por nomear a dimensão racial” (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020, p. 315). Tudo isso é muito importante, porém, quando o desdobramento traz o foco restrito ao léxico, à linguagem, voltamos ao campo das representações que, por mais estratégias que se tenham, não há garantias (HALL, 2016) ou ainda quando pensamento de que as “[...] mudanças no vocabulário e nas atitudes tivessem poder de mudança social”, pelo contrário, incentivam a [...] vigilância comportamental generalizada e, conseqüentemente, gerando conflitos e polarizações.” (MISKCOLCI, 2021, p. 76).

Larissa Pelúcio (*apud* ANJOS; CAMARGO; LIMA E SILVA, 2021) diz que o contato e o aprendizado de novos vocabulários políticos é um processo interessante, e a apropriação deles demonstram que havia um vazio semântico para nomear certos temas (ver análise do vídeo “Empoderamento”, na subseção 4.1).

Dito isso, vale trazer a transcrição de um trecho do vídeo:

Eu fui acusada de ser [...] liberalista por isso. Ter uma noção de classe distorcida, [...] por que eu estava ao mesmo tempo produzindo conteúdo gratuito pela internet, gastando muito dinheiro com tudo isso e não poderia fazer *projetos com marcas*, deveria fazer com que meu trabalho fosse independente. *Poxa, mas como é que eu vou ter um trabalho independente se eu não sou herdeira?* [...]. *Como é que eu posso fazer um trabalho independente sem cobrar das pessoas que me assistente? Por que um trabalho independente ou eu recebo para fazer ou cobro de quem está fazendo ou eu não faço porque não dá para fazer de graça, né? E dentro desses contextos, eu fiz escolhas. Eu entendi que precisava trabalhar*, eu entendi que isso aqui era uma oportunidade de trabalho e desenvolvimento das minhas competências e, ao mesmo tempo, eu poderia continuar fornecendo conteúdo que eu acreditava, online e gratuitamente. [...]. *Aí, eu penso, do ponto de vista de redução de impacto ou de consumo consciente, e é isso que me cabe agora. E nem por isso a minha visão de mundo é distorcida ou meus interesses são individualistas.* (NÁTALY..., 2020, 00:23:50 – 00:25:03, grifos meus).

O texto transcrito é a questão que atravessou toda minha formação na Sociologia, pois, ao passo que aprendia sobre neoliberalismo; capitalismo cognitivo (BOUTANG, 2004); empreendedorismo de si (ILLOUZ, 2007, 2011); plataformação (POELL; NIEBORG; DIJCK, 2019); ideologia do Vale do Silício (LOVELUCK, 2018; SCHRADIE, 2017); estética da ‘esfera pública técnico-midiatizada’ (MISKCOLCI, 2021); também me perguntava se as pessoas que entraram na modernidade do outro ‘lado da linha de cor’ (DUBOIS, 1999) na ‘zona

do não ser’ (FANON, 2008), como é fica tudo isso? Como fica para quem precisa fazer duas vezes mais, para quem o letramento racial crítico (FERREIRA, 2015a, 2015b) vem do encontro com a discriminação e o preconceito, via de regra ainda na infância e na escola (MOREIRA-PRIMO; FRANÇA, 2020)?

Há mais camadas. A ‘zona do não ser’, experienciada pelas pessoas que estão empreendendo a si mesmo nas plataformas digitais, tem inegavelmente a marca da raça. Todavia, não são os mesmos que estão em situação de extrema vulnerabilidade. E o fato de serem poucos os que ‘alcançam o sucesso’ (estabelecidos – com audiência significativa, premiações, monetizações e convites para campanhas publicitárias remuneradas), esses tornam-se ‘representantes’ de um grupo social (*tokens*). Seja por reivindicarem para si essa representação – lógica da economia da atenção, empreendedorismo de si ou até ‘lugar de fala’ –, seja pela heteroatribuição de seguidores que pode ser entendida pelo Circuito da cultura (DU GAY *et al.*, 2015). Isto é, quem consome os vídeos produzidos, articulam os processos de *identidade, representação, consumo, produção e regulação*. Na esteira da plataforma, a caminhada como representante é ambivalente: pois é ‘trabalho’, na mesma medida em que é ‘empreender a identidade (no caso, a negra)’, e sempre correndo o risco de ser ‘cancelado(a/e)’ se não usar o vocabulário certo daquele dia, um ‘não ir de garfo em dia de sopa’<sup>177</sup>.

A pergunta sobre o que ‘orienta a construção dos discursos’, para Nátaly, é respondida por ela mesma: ‘como um trabalho, no qual possa falar sobre coisas que acredita’. Sociologicamente, percebo como encruzilhada, pois a produção é informada por pautas identitárias que, mesmo não se propondo a superar o capitalismo, busca valorizar o que foi negado. É um processo de disputa de narrativas que gera visibilidade e, no máximo, representação (que tem sua importância, mas não oferece garantias). Tem mais indivíduo do que coletivo, e não está diretamente disputando reconhecimento (HONNETH, 2003, 2016), ou, no argumento de Nancy Fraser (2006), redistribuição (econômica) e reconhecimento (cultural), com remédios afirmativos e transformativos, respectivamente.

Novamente, vejo que já ‘deu minha hora no relógio de Xangô’, e fecho os trabalhos dessa ‘estrada-escrita’, mas não antes de uma dar mais um passo-curto denominado Considerações Finais.

---

<sup>177</sup> Referência voluntária à pilantragem de Wilson Simonal, em “Nem vem que não tem”.

## 5 QUANDO A PAUTA É REPRESENTAÇÃO: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando o caminho é longo, os passos devem ser firmes, ainda que lentos, como ensinam os Pretos-velhos. Dessa maneira, de ‘ponto em ponto’, a encruzilhada se fez uma só (a tese e o doutorado). A ‘estrada-escrita’ se fez em trajetos digitais, navegando nos *gygabytes*, com a intenção de entender o neoliberalismo em suas nuances de ‘empreendedorismo de si’ (ILLOUZ, 2007, 2011; MISKOLCI, 2021); ‘capitalismo cognitivo’ (BOUTANG, 2004) e a ‘plataformização’ (DIJCK; POELL; MARTIJN, 2018; POELL; NIEBORG; DIJCK, 2019) que se dá orientada pela ‘ideologia do vale do silício’ (LOVELUCK, 2018; SCHRADIE, 2017), formando uma estética *na e da* ‘esfera pública técnico-midiatizada’ (MISKOLCI, 2021). Assim, buscando explicar os contextos que possibilitaram a ascensão do ator social ‘criador de conteúdo digital’, que tem passado por processos de profissionalização (DENARI, 2020) e ‘espetacularização do eu’ (SIBILIA, 2008).

Dos toques de *alagbê*, ouvia-se os sons que perguntavam: e quando tudo isso é vivido por sujeitos que entraram na modernidade do outro ‘lado da linha de cor’ (DUBOIS, 1999), na ‘zona do não ser’ (FANON, 2008)? Como fica a discussão para sujeitos que, na contemporaneidade, seguem sendo a ‘carne mais barata do mercado’? Aquela que recebe 80 (caso Evaldo Braga), 111 (chacina de Costa Barros) ou 4 (Marielle Franco, na cabeça) tiros, ou também que ‘não consegue respirar’ (Eric Garner e George Floyd)? São os mesmos corpos que precisam ‘se valer de si’ para fazer duas vezes mais e melhor, cujo letramento racial é iniciado ainda na infância, nos primeiros anos da vida escolar, quando encontram a discriminação e o preconceito racial (FERREIRA, 2015a, 2015b; MOREIRA-PRIMO; FRANÇA, 2020).

Buscando responder estas e outras questões foi preciso tomar como ‘Guias’ o circuito da cultura, as ‘perambulações’ que orientaram a ‘montagem’ sistematizada do objeto de pesquisa (DENZIN; LINCOLN, 2006; DU GAY *et al.*, 2015; LEITÃO; GOMES, 2017). A estrada-escrita saudou ‘às linhas procedimentais’, assim, descrevi os processos de seleção dos canais que seriam analisados. Essa encruza trouxe ainda os procedimentos de tratamento e análise de dados, para, então, descriptografar na gira, despachando o ebó (análise).

Foram 1.697 vídeos que os sete canais selecionados postaram na plataforma YouTube, entre os anos de 2015 e 2020. Para apreendê-los, as ferramentas e os procedimentos foram sendo refinados na medida em que avançava no fazer artesanal para gerar os dados, tratar e fazer a análise. Observei repetições, semelhanças e divergências, campos discursivos que se fizeram categorias, a saber: o que é ser negro(a/e) na contemporaneidade; o que é ser youtuber/digital influencer sendo uma pessoa negra; educação e unidade escolar (espaços de

brincar, se preparar para o futuro, mas também de sofrer racismo); estética negra como possibilidade de enfrentamento ao racismo; empreendedorismo de si e identidades negras.

Os discursos presentes nos 65 vídeos analisados são orientados por marcos sócio-históricos, como: desdobramentos da “III Conferência Mundial de Combate ao Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata” (2001, em Durban, África do Sul); no Brasil, a criação das Leis: 10.639 (BRASIL, 2003a) – que institui a obrigatoriedade do ensino de ‘História e Cultura Afro-brasileira’; 12.288 (BRASIL, 2010b) - Estatuto da Igualdade Racial e a 12.711 (BRASIL, 2012) – ‘Lei de Cotas’, e o(a/e)s jovens negro(o/e)s que entraram nas universidade e passaram a ser organizar em ‘coletivos negros universitários’ (GUIMARÃES; RIOS; SOTERO, 2020). Soma-se a isso, a oligopolização da internet (MACHADO; MISKOLCI, 2019), com a navegabilidade algorítmica da Web pós anos 2010 (*Web Semantic* – Web Semântica); a conectividade perpétua (CASTELLS, 2019); sociabilidades programadas (BUCHER, 2012, 2018) em uma sociedade plataformizada (DIJCK; POELL; WAAL, 2018).

Nesse alquidá, ainda coube falar da mudança do repertório de ações coletivas (CHILLY *apud* ALONSO, 2012) a partir das Jornadas de junho de 2013 (ALONSO, 2012, 2017; GOHN, 2018, 2015; TORREÃO; ALMEIDA, 2014); manifestações favoráveis ou desfavoráveis ao *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff – contexto que surge e/ou se fortalecem grupos como Movimento Brasil Livre (que foi coordenado por Fernando Holiday) e Escola Sem Partido, que apresentam uma estética política semelhante, por exemplo, no empreendimento moral e performance na ‘esfera pública técnico-midiatizada’ (MACHADO; MISKOLCI, 2019; MISKOLCI, 2021; ROCHA, 2018; SANTOS; CHAGAS, 2018).

Nos discursos presentes nos vídeos analisados (como em outros que não entraram para análise), existe uma discussão direta sobre o que é ser negro, preto, pardo e ‘mestiço’ no Brasil contemporâneo (com exceção de Péricles e os 10Ocupados). A presença temática das classificações e identidades raciais demonstra disputa sobre as significações das mesmas e uma formação de representação social (MOSCOVICI, 1978), sobretudo, por que os vídeos se valem de argumentos que, na maioria das vezes, pertencem ao senso comum (volto a esse tema em outro parágrafo mais adiante).

Por ser uma disputa, as categorias ‘pardos’ e ‘negros’ tiveram significações distintas que vão desde ser negada (‘pardos não existem, pardos é uma invenção’) à adjetivada (negro de pele clara). A partir do encontro com essa questão no campo, trouxe argumentos da Sociologia das Relações Raciais e Sociologia da Diferença para auxiliar a compreensão, foram eles: “O sistema classificatório de ‘cor ou raça’ do IBGE”, de Rafael G. Osório (2003); “De preto a

afrodescendente: da cor da pele a categoria científica”, de Luiz A. Oliveira Gonçalves(2010); “O paradoxo da mistura: identidades, desigualdades e percepção de discriminação entre brasileiros pardos”, de Graziela M. Silva e Luciana T. de S. Leão (2012); “Quem negro foi, quem negro é? Anotações para uma sociologia transnacional negra”, de Valter R. Silvério (2018).

O que foi possível depreender é que as formas, os conteúdos, as embocaduras e as perspectivas são diferentes e, às vezes, opostas; mas a disputa é a mesma: pela categoria ‘preto’, ‘negro’ e ‘pardo’, seja no discurso acadêmico, midiático (mídias tradicionais e plataformas digitais), no senso comum, nas políticas públicas ou na cultura ilustrada (música, artes cênicas e visuais, artes gráficas etc.).

O que trouxe à análise é quando essa disputa ocorre na ‘esfera pública técnico-midiática’ e por um grupo social racializado, como negro que se formou na era da internet cuja estética política de ação se dá por meio de léxicos como “lugar de fala” e “experiência” (MISKOLCI, 2021). Na mesma esteira, tem-se a ‘vigilância comportamental’ e o ‘punitivismo’, que são acionados como que se as mudanças de vocabulário implicassem em uma mudança política (MISKOLCI, 2021; PELÚCIO; DUQUE, 2020). Destaco que são importantes, mas são linguagens e, dessa maneira, trata-se do campo da representação. E, sendo representação, podem existir estratégias relevantes, mas não há garantias (HALL, 2016).

Um adendo: para além da disputa conceitual e política, acerca dos termos “preto” e “pardo”, negro é que o ‘tornar-se’ ou ‘entender-se’ uma pessoa negra (preto e pardo) é, narrado a partir da experiência de dor e raiva – que pode ou não ser *mi vex* (TATE, 2018), preconceito e discriminação. Não há uma neutralidade da identidade, como acontece com pessoas racializadas como brancas (PIZA, 2014), mas, sim, uma ‘dupla consciência’ (DU BOIS, 1999) de ‘ser negro(a/e) e ter uma nacionalidade’, ser negro(a/e) uma sexualidade, uma localização social etc., sendo essa uma forma de existir que é atravessada pelo racismo.

Entre os achados angariados no preparo e despacho do ebó, deparei-me com outras disputas: ‘representatividade’, ‘proporcionalidade/tokenismo’ e representação. A representatividade e proporcionalidade foram citadas por youtubers negras (Gabriela Oliveira “Gabi Oliveira-DePretas” e Nátaly Neri – “Nátaly Neri - Afros e Afins”), vieram juntas e embasadas em um mesmo texto, o livro de bolso “O que é empoderamento”, de Joice Berth (2019), no qual a arquiteta afirma que, para haja a diminuição da marginalização de pessoas que pertencem a grupos minoritários, é necessário que a representatividade seja feita com a lógica da proporcionalidade. De modo que, os sujeitos que estão em espaços representativos

(aqui nas três possibilidades do conceito no idioma alemão<sup>178</sup>) devem estar em números proporcionais.

No momento em que a discussão surgiu no campo, trouxe textos “Tokenismo e a Consciência Humana: uma prática covarde”, artigo de opinião de Joice Berth (2018), e a dissertação de Larissa Karoline Souza Silva (2020), “Mais é melhor! mulheres no conselho de administração e a divulgação de responsabilidade social corporativa relacionada a gênero”. Ambos falam sobre quando indivíduos passam a ser considerados como representantes (*tokens*) e símbolos da classe (no caso, grupo minoritário). A resposta a isso (que se faz um problema) é ampliar o número de sujeitos do referido grupo minoritário em espaços de representação: quanto mais, melhor.

Na linha argumentativa de três youtubers (Gabriela Oliveira, Nátaly Neri e Murilo Araújo), vejo uma tensão com duas bifurcações: uma apropriação da gramática dos movimentos sociais e da academia que se dão transmutadas *pele* e *no* léxico da esfera pública técnico-midiatizada, performada com empreendedorismo de si e discursos que vão de ‘autoajuda’ ao escracho e cancelamento. Dos movimentos sociais trazem termos e buscam se diferenciar dizendo: eles são movimento social de rua, nós ativismo digital (em termos semelhantes). Diante disso fica a questão: se opções, tecendo distinções ‘de rua’ ‘da internet’, se nutrem da gramática e dizem que estão construindo outra coisa. O que seria?

Já a apropriação e representação do discurso acadêmico-científico acrescento que acontece sem uma relação com a produção sistematizada de conhecimento que exige a superação de pré-noções e não estou entrando no debate ‘saber-poder’, penso que estamos em outra dimensão desta disputa. Com a análise é possível inferir que há uma diluição entre o que seria a produção de conteúdo digital e produção de conhecimento científico. O borramento das fronteiras se dá pela interrelação da autoridade midiática e uso da gramática acadêmica. Esse trio de youtubers analisados aparecem como autoridade que é atribuída pela própria plataforma (que são apresentados por meio de convites para projetos da empresa YouTube, seleção em editais da referida plataforma) e pela audiência (expressos em números de seguidores, likes, dislikes, comentários, visualizações, etc. Vale acrescentar o reconhecimento midiático (serem pautados por diversas matérias jornalísticas) e premiações de outras instituições, inclusive do Ministério de Direitos Humanos (Gabriela e Murilo, em 2016). Resumindo, falam se valendo

---

<sup>178</sup> Relembrando, segundo Hanna Pitkin (2006), são *vertreten*, *darstellen* e *repräsentieren*. Relembrando: *vertreten* seria atuar como agente para outra pessoa ou grupo, com interesses privados; *darstellen* é ser colocado(a/e) no lugar de uma pessoa, de um grupo; ‘retratar’ e *repräsentier* é atuar como agente para outra pessoa ou grupo, mas buscando o bem comum.

de um léxico acadêmico-científico, mas que, muitas vezes está baseado em pré-noções e pela ‘autoridade midiática’ são lidos como falas acadêmicas. Como consequência são tomados como fontes e referências para estudantes. E tudo isto acontece com a tríade: acesso a curso acadêmico – ascensão de coletivo(s) universitário(s) como forma de organização social estudantil contemporânea – uso constante da internet para se informar e articular politicamente.

Há uma pedagogia sendo desenvolvida na esfera pública técnico-midiatizada. E a mesma se dá em um alçudá (contexto) de outras disputas: mudanças tecnológicas que tem a presença de pessoas negras tecendo autorrepresentações e mudanças na morfologia brasileira com os 10 anos da política de cotas (Lei 12.711) (BRASIL, 2012). Se as(os) youtubers apontam representação e representatividade vejo que em disputa também estão as cotas, a ascensão social e outros elementos, os quais certamente pretendo desenvolver em outros despachos.

Outro ponto que surgiu no campo foi não “o direito a opacidade” (GLISSANT, 2008), isto é, por ser uma pessoa negra, é preciso ficar explicar tudo de maneira transparente e categorizada, o que não acontece com sujeitos que pertencem a “identidades neutras”. Nesse sentido, a pauta racial, enquanto discurso pronunciado, foi menos presente em dois canais: “10Ocupados” e “Canal do Pericão”.

No canal dos “10Ocupados”, a raça se apresentava no discurso imagético, por serem todos homens negros (vindos da periferia da capital baiana) e nos pronomes de tratamento, pois chamam-se: “negão” e “neguinho”. Neste canal (o de maior audiência entre os selecionados), percebi a experiência da digitalização da “casa dos homens” (WELZER-LANG, 2001) onde poderia ser construída a “casa da diferença” (LORDE, 2018). Os “10Ocupados”, criados em 2013, pertencem a um modo de produzir conteúdo anterior, com uma estética diferente do padrão comunicacional do YouTube em um momento que discutimos a profissionalização dos(as/es) criadores(as) de conteúdo digital.

No segundo canal com maior audiência entre os sete selecionados, o cantor Péricles fala mais sobre geolocalização, pontualmente, projetos sociais e escola de periferia. A raça se faz presente caso os olhos que assistam estiverem informados sobre qual é a cor dos “territórios perigosos/violentos” (MACHADO DA SILVA, 2008 *apud* MOTTA, 2020). Foi também no “Canal do Pericão” que ‘captei’ a discussão sobre “juventude vulnerável” (MOTTA, 2017).

O musicista ainda trouxesse algo que está no argumento de Nancy Baym (2018) acerca de carreira como músico na era digital, isto é, para pensar toda a modificação da gestão de si e da profissão no processo de plataformização da sociedade. Além disso, foi possível discutir o significado da “música negra” no atlântico negro (DUBOIS, 1999; GILROY, 2017).

Avistando o fim do caminho, na feitura da ‘estrada-escrita’ de uma encruzilhada só (que

se fez muitas), é que tento arrematar em algumas frases do que foi feito nessa andança: processos de profissionalização de sujeitos que empreendem a si mesmos, em uma lógica da economia da atenção e ‘espetacularização do eu’ (SIBILIA, 2008), mas que, por serem poucos em um espaço de representações, se tornam *tokens* de onde reverberam posicionamentos discursivos ambivalentes e contraditórios. Entretanto, são pertencem a um campo discursivo que é informado pela racialização como pessoas negras, orientado pelos acontecimentos sócio-técnico-históricos e pelo agenciamento da raiva, que é fruto de racismos, preconceitos e discriminações. Sendo assim, creio já ter respondido à pergunta de pesquisa: “O que tem orientado a construção dos discursos de youtubers negra(o/e)s brasileira(o/e)s entre os anos de 2015 e 2020?”.

Contudo, ainda falta responder a pergunta que dá nome à tese: “Quando a pauta é representação, vale mais as identidades ou o empreendedorismo de si?”. O texto que está por finalizar se inscreve em uma estética exúlica e, assim, se manterá na encruzilhada. Nela, fora despachado o ebó (análise) que possui informações que levam a outras perguntas, tais como: “O que é ser uma pessoa negra e ter um canal no YouTube, com inscritos o suficiente para ser considerado(a/e) um influenciador(a/e) digital?”. A plataforma é um ‘local’ que, para ser usada, é preciso ter educação digital e alfabetização midiática (MIHAILIDIS; THEVENIN, 2013) e, para se tornar um(a) estabelecido(a), é necessário que outras expertises sejam criadas e/ou adotadas (ver capítulo 2 e 4).

Sendo a pessoa que se coloca nesse ‘local’ alguém que é racializado(a/e) como negro(a/e), são outras as informações que orientam a ação. Ora, se o YouTube é um ‘lugar de representação’, logo os regimes estarão em disputa, as estratégias podem ser empreender a identidade racial e, para isso, é preciso ter letramento racial crítico (FERREIRA, 2015a, 2015b). Se a embocadura for o ‘agenciar da raiva’, a necessidade é primeiro compreendê-la como uma construção relacional (TATE, 2018). Mas, a disputa também pode se dar com a ‘afrofofoca’ ou outros tipos de entretenimento (humor, música etc.). Ou seja, quando olho para o objeto desta tese, vejo youtubers negro(a)s empreendendo a si, mesmo(a)s informado(a)s pela racialização que subalterniza ao mesmo tempo em que disputam um regime de representação que valoriza o que foi negado sistemicamente. Não é um “território conquistado<sup>179</sup>”, mas “referências acessíveis é(sic) poder para imaginar” (BONECAS..., 2016, 00:01:07 - 00:01:10). O território

---

<sup>179</sup> Nome do segundo álbum da cantora, bailarina e atriz baiana Larissa Luz. Essa obra traz a música “Bonecas Pretas”, de onde tiro a frase: “referências acessíveis é poder para imaginar”, que fecha a primeira estrofe que é retomada com: “Mídias virtuais/ Anúncios constantes/ Revistas, jornais/ Trocam estética opressora/ Por identificação transformadora”.

representação não se conquista, por isso, retorno ao mantra que acompanhou todo caminhar e que deve ser repetido novamente: *não há garantias* (HALL, 2016).

Por fim, ‘com toque de encerramento’, outra pergunta (essa retórica) salta no caminho, a saber: o que, quem e como se escapa ao neoliberalismo ou ao capitalismo cognitivo, na contemporaneidade? Sem uma resposta, penso apenas que a gira deve ser outra. Isto porque comecei a caminhada com Representação via Sociologia das Relações Raciais e Sociologia da Diferença, passei pela Sociologia Política e pelas características do objeto, exuzilhei-me nas encruzadas dos Estudos Culturais e da Sociologia Digital, mas termino pensando que uma possibilidade pode vir das discussões teóricas sobre os ‘trabalhos imateriais’ com suas produções simbólicas e feitas a partir do conhecimento de quem produz. Talvez caminhe também nas estradas da Sociologia do Trabalho e das Ocupações nas próximas giras.

É... “Exu matou um pássaro ontem, com uma pedra que só jogou hoje”.

## REFERÊNCIAS

- AARTS, B. B. M. W. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. *In*: BAUER, M.W; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, imagem e som: um manual prático**. Trad. Pedrinho A. Guareschi. 2.ed., Petrópolis: Vozes, 2002.
- ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antonio de Almeida. 10. Ed., Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- AGHAEI, S.; NEMATBAKHSH, M. A.; FARSANI, H. K. Evolution of the World Wide Web: from Web 1.0 to Web 4.0. **International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT)**, v. 3, n. 1, 2012.
- ALONSO, A. Repertório, segundo Charles Tilly: história de um conceito. **Sociologia & Antropologia**, v. 2, n. 3, p. 21–41, jun. 2012.
- ALONSO, A. A política das ruas: protestos em São Paulo de Dilma a Temer. **Novos Tempos**, n. jul., p. 49–58, 2017.
- ALVAREZ, S. E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. **Cadernos Pagu**, n. 43, p. 13–56, 1 jul. 2014.
- ALBUQUERQUE, A. L; BARBON, J.; NOGUEIRA, I. Veja tudo o que se sabe sobre o assassinato de Marielle, dois anos depois . **Folha de São Paulo**, São Paulo, 14 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/veja-tudo-o-que-se-sabe-sobre-a-morte-de-marielle-dois-anos-depois.shtml>. Acesso em: 23 jul. 2021.
- AMADEU, S.; PIMENTEL, T. Cartografia de espaços híbridos: As manifestações de Junho de 2013, **Carta Potiguar**, s.L.31 jul. 2013 Disponível em: <https://www.cartapotiguar.com.br/2013/07/31/cartografia-de-espacos-hibridos-as-manifestacoes-de-junho-de-2013/>. Acesso em: 18 set. 2021.
- ANDRADE, R. Péricles se diverte ao virar meme na internet: “Cada dia um novo”. **Metrópoles**, São Paulo, 31 ago. 2020.
- ANISTIA INTERNACIONAL. **“Você matou meu filho!”**: Homicídios cometidos pela polícia militar na cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Anistia In ed, 2015
- ANJOS, A. C. C. A.; CAMARGO, K; LIMA E SILVA, M. Investigando os usos sociais da internet: uma entrevista com Larissa Pelúcio, Tarcízio Silva e Felipe Padilha. **Revista Askesis**, v. 9, n. 2, 2020.
- ANJOS, A. C. C. DOS. Discursos identitários da diáspora africana na plataforma digital: projeto YouTubeNegro e YouTubeBlackBrasil. *In*: 19º Congresso Brasileiro de Sociologia 9 a 12 de julho de 2019 UFSC - Florianópolis, SC. **Anais [...]**, p. 1–20, 2019.
- BAHIA. **Bahia é declarada como “Capital Iorubana das Américas”** - Notícias - Secretaria de Promoção da Igualdade Racial - Governo da Bahia. Disponível em: <http://www.sepromi.ba.gov.br/2018/06/1958/Bahia-e-declarada-como-Capital-Iorubana-das-Americas.html>. Acesso em: 30 ago. 2021.

- BARRETO JUNIOR, F. I.; Lima, M. A. Suicídio e o jogo da baleia azul analisados na perspectiva de anomia de Émile Durkheim. **Revista de Sociologia**, p. 121–136, 2017.
- BARIFOUSE, R. STF aprova a criminalização da homofobia - BBC News Brasil. **BBC News Brasil**, São Paulo, 12 fev. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>. Acesso em: 23 ago. 2021.
- BAYM, N. K. **Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection**. Nova Iorque: New York University PRes, 2018.
- BECKER, H. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. 4 ed. Trad. Maria Aguiar. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BEDINELLI, T.; MARTÍN, M. Baleia Azul: o misterioso jogo que escancarou o tabu do suicídio juvenil. **EL PAÍS Brasil**, São Paulo; Rio de Janeiro, 2 maio 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/27/politica/1493305523\\_711865.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/27/politica/1493305523_711865.html). Acesso em: 2 set. 2021.
- BERTH, J. Tokenismo e a Consciência Humana: uma prática covarde. **Medium**, s. L., 20 nov. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@joiberth/tokenismo-e-a-consciencia-humana-uma-pratica-covarde-caaca9fd3712>. Acesso em: 1 set. 2021.
- BERTH, J. **Empoderamento**. São Paulo: Sueli Carneiro: Pólen, 2019 (Feminismos plurais)
- BETIM, F. Assassinato político de Marielle Franco reativa as ruas e desafia intervenção no Rio. **EL PAÍS Brasil**, s.L, 16 mar. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/16/politica/1521157108\\_642756.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/16/politica/1521157108_642756.html). Acesso em: 15 ago. 2021.
- BHABHA, H. K. **O local da cultura**. Trad. Myriam Ávila, Eliana L. de Lima Reis, Gláucia R. Gonçalves. 2.Ed., Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013. (Coleção Humanitas).
- BONECAS pretas. Intérprete: Larissa Luz. Compositor: Larissa Luz e Pedro Itan. In: TERRITÓRIO conquistado. Intérprete: Larissa Luz. S.l: Gravadora independente Nzinga, 2016. 1 CD, faixa 5 (3 min.).
- BOUTANG, Y. M. Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo. In: BLONDEAU, O. *et al.* (ed.). **Capitalismo cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva**. Madrid: Traficantes de Sueños, 2004. p. 107–128.
- BRANDCAST... Brandcast 2018: uma celebração ao impacto cultural, social e econômico do YouTube. In: **O blog do Google Brasil**. Disponível em: <https://brasil.googleblog.com/2018/09/brandcast-2018.html>. Acesso em: 17 ago. 2021.
- BRASIL, F. M. Pão com mortadela e circo no Brasil desgovernado pelo PT. **Revista Veja**, 9 jul. 2015. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/pao-com-mortadela-e-circo-no-brasil-desgovernado-pelo-pt/>. Acesso em: 10 set, 2021.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Secretaria de Vigilância em Saúde **Boletim Epidemiológico 8**. Monitoramento integrado de alterações no crescimento e desenvolvimento relacionadas à infecção pelo vírus Zika e outras etiologias infecciosas, até a Semana Epidemiológica 52 de 2018. Brasília. Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/images/pdf/2020/April/09/be-covid-08-final-2.pdf%0A>. Acesso em: 4 ago. 2020.

BRASIL. Lei nº 13.853, de 8 de julho de 2019. Altera a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, para dispor sobre a proteção de dados pessoais e para criar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 20 dez. 2019.

BRASIL. Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 15 ago. 2018.

BRASIL. Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 14 jul. 2017.

BRASIL. Lei nº 13.415, de 16 de fevereiro de 2017. Altera as Leis nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e 11.494, de 20 de junho 2007, que regulamenta o Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação, a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967; revoga a Lei nº 11.161, de 5 de agosto de 2005; e institui a Política de Fomento à Implementação de Escolas de Ensino Médio em Tempo Integral. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 17 fev. 2017.

BRASIL. MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Portaria nº 87, de 10 de abril de 2013**. Estabelece os requisitos técnicos mínimos dos telefones portáteis que possibilitam o acesso à internet em alta velocidade do tipo smartphone, beneficiados pela desoneração fiscal instituída pela Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005 e regulamentada pelo Decreto nº 5.602, de 6 de dezembro de 2005. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/portaria-mc-87-2013.htm>. Acesso em: 30 ago. 2021.

BRASIL. **Decreto-lei nº 7891, de 23 de janeiro de 2013**. Regulamenta a Lei nº 12.783, de 11 de janeiro de 2013, que dispõe sobre as concessões de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica, sobre a redução dos encargos setoriais e sobre a modicidade tarifária, e a Medida Provisória nº 605, de 23 de janeiro de 2013, que altera a Lei nº 10.438, de 26 de abril de 2002, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7891.htm#:~:text=Regulamenta%20a%20Lei%20n%C2%BA%2012.783,de%2026%20de%20abril%20de](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7891.htm#:~:text=Regulamenta%20a%20Lei%20n%C2%BA%2012.783,de%2026%20de%20abril%20de). Acesso em: 30 jul. 2021.

BRASIL. Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012. Dispõe sobre o ingresso nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 30 ago. 2012.

BRASIL. Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010. Institui o Estatuto da Igualdade Racial; altera as Leis nos 7.716, de 5 de janeiro de 1989, 9.029, de 13 de abril de 1995, 7.347, de 24 de julho de 1985, e 10.778, de 24 de novembro de 2003. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 jul. 2010.

BRASIL. Lei Complementar nº 135, de 4 de junho de 2010. Altera a Lei Complementar no 64, de 18 de maio de 1990, que estabelece, de acordo com o § 9º do art. 14 da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação e determina outras providências, para incluir hipóteses de inelegibilidade que visam a proteger a probidade administrativa e a moralidade no exercício do mandato. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 7 jun. 2010.

BRASIL. Decreto nº 4.885, de 20 de novembro de 2003. Dispõe sobre a composição, estruturação, competências e funcionamento do Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial - CNPIR, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 nov. 2003.

BRASIL. Lei nº 10.678, de 23 de maio de 2003. Cria a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, da Presidência da República, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 26 maio 2003.

BRASIL. Lei nº 10.639, 9 de janeiro de 2003. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática 'História e Cultura Afro-Brasileira', e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 10 jan. 2003.

BRASIL. Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977. Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 20 ago. 1977.

BRASIL, Lei nº 77.716 de 5 de janeiro de 1989. Define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 5 jan. 1989.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2021]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 15 jun. 2021.

BRUNO, F. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. **Revista FAMECOS**, v. 15, n. 36, p. 10, 2008.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013. (Coleção Cibercultura).

BUCHER, T. **Programmed sociality**: a software studies perspective on social networking sites. 2012. 221F.Tese (Doutorado em Filosofia). Departamento de Filosofia - Faculdade de Humanidades da Universidade de Oslo, Oslo (Noruega), 2012.

BUCHER, T. **If...then: algorithmic power and politics**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018.

BURGER, L; OTAKA, F. **O Cenário das Redes Sociais no Brasil 2018**. São Paulo: ComScore, 2018.. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2018/State-of-Social>. Acesso em: 6 set. 2021

BURGER, L. **Perspectivas do Cenário Digital Brasil 2017**. São Paulo: ComScore, 2017. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2017/Perspectivas-do-Cenario-Digital-Brasil-2017>. Acesso em: 6 set. 2021

BURGER, L. **Perspectiva do Cenário Digital 2018**. São Paulo: ComScore, 2018. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2018/Perspectivas-do-Cenario-Digital-Brasil-2018>. Acesso em: 6 set. 2021

BURGESS, JEAN; GREEN, J. **Youtube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. 1. Reimp.Trad. Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

BURGESS, JEAN; WOODFORD, D. Content Creation and Curation. In: MANSELL, R. A. P. H. (Ed.). **The International Encyclopedia of Digital Communication and Society**. 1. ed. Hoboken (EUA): JohnWiley & Sons, 2015.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. Portal da Câmara Municipal de São Paulo. Vereadores. **Fernando Holiday**. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/vereador/fernando-holiday>. Acesso em: 22 ago. 2021.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. Trad. Adail U. Sobral; São Paulo: Cultrix; Pensamento, 1997.

CAPELAS, B. YouTube tem mais de 105 milhões de usuários mensais no Brasil. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 05 nov. 2020. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,youtube-tem-mais-de-105-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil,70003502907>. Acesso em: 11 set. 2021.

CARNIEL, F.; RUGGI, L.; RUGGI, J. DE O. Gênero e humor nas redes sociais: a campanha contra Dilma Rousseff no Brasil. **Opinião Pública**, v. 24, n. 3, p. 523–546, 2018.

CARPALLO, S. C. Por que a ‘síndrome da impostora’ continua atormentando as mulheres? **El País**, s.L, 13 mar. 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/13/estilo/1489414564\\_421859.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/13/estilo/1489414564_421859.html). Acesso em: 10 set. 2021.

CARTOMANTE. Intérprete: Elis Regina. Compositor Ivan Lins. *In: TRANSVERSAL do tempo*. Intérprete: Elis Regina. São Paulo: Philips, 1979. 1 disco vinil, lado B, faixa 10 (6 min.)

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet** - Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rev. técnica: Paulo Vaz Eco/UFRJ. Rio de Janeiro, Rj, Zahar, 2015.

CASTELLS, M. **O poder da Comunicação**. Trad. Vera Lúcia Mello Joscelyne, Rev. de Trad. Isabela Machado de O. Fraga. 3. Ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.

CASTRO, G.; VIEIRA; MARIA CLARA. Faxina ideológica. **Revista Veja**, São Paulo. 1 fev. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/revista-veja/faxina-ideologica/>. Acesso em: 5 set. 2021.

COMO o Facebook mudou a internet, o comércio e até a política. **BBC News Brasil**, São Paulo, 11 jul. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55966587>. Acesso em: 10 set. 2021.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Resolução CFP N.º 018, 19 de dezembro de 2002**. Estabelece normas de atuação para os psicólogos em relação ao preconceito e à discriminação racial. Brasília: CPF, 19 dez. 2002. Disponível em: [https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2002/12/resolucao2002\\_18.PDF](https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2002/12/resolucao2002_18.PDF). Acesso em: 15 jul. 2021.

COSTA, A. A era das Lives. **Medium YOUPIX**, São Paulo 25 maio, 2020. Disponível em: <https://medium.youpix.com.br/a-era-das-lives-a5bd7174498e>. Acesso em: 10 set. 2021.

CREATORS. Vamos celebrar seu esforço. **YouTube Creators**. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/awards/>. Acesso em: 2 set. 2021.

CRISTINI, F. Médica prescreve escritoras e youtubers negros para paciente com depressão. **G1 Minas Gerais**, Belo Horizonte, 14 fev. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2019/02/14/medica-prescreve-escritoras-e-youtubers-negros-para-paciente-com-depressao.ghtml>. Acesso em: 14 ago. 2021.

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

DÉCADA INTERNACIONAL DE AFRODESCENDENTES: PLANO DE AÇÃO. **Portal ONU**. Disponível em: <https://decada-afro-onu.org/plan-action.shtml>. Acesso em: 25 ago. 2021.

DENARI, G. B. Sem visualizações, sem emprego: vida e processo de trabalho de youtubers brasileiros. **Áskesis**, v. 9, n. 2, p. 20–40, 2020.

DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. Introdução: A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. *In*: DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Trad. Sandra Regina, Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15–41.

DERMEVAL, D.; COELHO, J. A. P. DE M.; BITTENCOURT, I. I. Mapeamento sistemático e revisão sistemática da literatura em informática na educação. *In*: JAQUES, P. A; PIMENTEL, M.; SIQUEIRA, S.; BITTENCOURT, I.(org.). **Metodologia de Pesquisa em Informática na Educação: Abordagem Quantitativa de Pesquisa**. Porto Alegre: SBC, 2019.

DERRIDA, J. **Gramatologia**. Trad. Miriam Schnaiderman e Renato Janini Ribeiro. São Paulo: Perspectiva; Editora Universidade de São Paulo, 1973. (Coleção Estudos 16)

DIFERENÇA entre remoções por direitos autorais e reivindicações de Content Id. **Ajuda do YouTube**. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/7002106?hl=pt-BR>. Acesso em: 10 set. 2021.

DIJCK, J. V; THOMAS, P.; WALL, M. d. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford (Inglaterra): Oxford University Press, 2018.

DIJCK, J. V. **La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales**. Trad. Hugo Salas. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.

DOMINGOS, J. P.; NOGUEIRA; M. A de F. Geração Tombamento e mercado: a popularização do jovem negro na cultura do consumo. *In*: XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Volta Redonda (RJ), jun. 2017, **Anais Eletrônicos [...]**, Volta Redonda, 2017, p. 1–15, 2017.

DOSSE, F. **História do estruturalismo**. O campo do Signo 1945-1966. Trad. de Álvaro Cabral. São Paulo: Ensaio; Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1993, v.1.

DOSSE, F. **História do estruturalismo**. O Canto do Cisne de 1967, aos nossos dias. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Ensaio; Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1994, v. 2.

DOWNS, J. Introducing YouTube Creators for Change. **Portal YouTube**. Disponível em: <https://blog.youtube/news-and-events/introducing-youtube-creators-for-change>. Acesso em: 11 ago. 2021.

DU GAY, P. *et al.* **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. 2 ed. 2 Reimp. Londres (UK): Sage Publications Ltd, 2015.

DUBOIS, W. E. B. **As almas da gente negra**. tradução, introdução e notas Heloísa Toller Gomes. Rio de Janeiro: Lacerda Ed., 1999.

EHRENBERG, A. **Culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Org. e trad. Pedro F. Bendassolli. Aparecida (SP): Ideias e Letras, 2010. (Coleção Management, 7).

ELNAGGAR, A. The Semantic Web. **5th Assignment Web Technology**, 2015.

EMICIDA. Ninguém chora por cinco moleque tipo nóiz. *In*: EMICIDA. **Blog do Emicida**. São Paulo, 10 dez. 2015. Disponível em: <https://blogdoemicida.wordpress.com/2015/12/10/emicida-no-rio-de-janeiro-cinco-moleque-tipo-noiz/>. Acesso em: 15 jul. 2021.

FAGUNDEZ, I.; TEIXEIRA, R. “Coxinha” é apelido assumido por manifestantes antigoverno. **Folha de São Paulo**, 22 mar. 2015.

FANON, F. **Pele negra, máscaras brancas**. Trad. Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.

FANON, F. **Os Condenados da Terra**. Tradução Enilce Albergaria Rocha, Lucy Magalhães. Prefácio Jean-Paul Sartre (1961), Alice Cherki (2002), Posfácio de Mohammed Harbi (2002). 3. Reimp., Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2015. (Coleção Cultura, v.2).

FARAD, D. Reprise de Laços de Família choca com Brasil “selvagem” dos anos 2000. **UOL**, São Paulo, 8 set. 2020. Notícias da TV. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/reprise-de-lacos-de-familia-choca-com-brasil-selvagem-dos-anos-2000-42173>. Acesso em: 10 set. 2020.

FARIA, L. **O princípio da indisponibilidade do interesse público e a consensualidade no Direito Administrativo**. 2019. 338f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-graduação em Direito, Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

FERNANDES, C. B. **Representação discursiva sobre o Facebook no âmbito da Primavera Árabe e das Jornadas de Junho**: Pesquisa de campo e análise. 2015. 241 f. Especialização (Monografia de Especialização Lato Sensu em Revisão de Texto: Gramática, Linguagem e Construção/Reconstrução do Significado) - Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD), Brasília, 2015.

FERREIRA, A. DE J. **Letramento racial crítico através de narrativas autobiográficas**: com atividades reflexivas. Ponta Grossa: Estúdio Texto, 2015a.

FERREIRA, A. J. Narrativas Autobiográficas de Professoras (es) de Línguas na Universidade: Letramento Racial Crítico e Teoria Racial Crítica. *In*: FERREIRA, A. J. **Narrativas Autobiográficas de Identidades Sociais de Raça, Gênero, Sexualidade e Classe em Estudos da Linguagem**. Campinas, SP. Pontes Editora, 2015b. p. 127-160:

FERREIRA, N. C.; SOARES, A. S. F. A representação do homossexual no discurso humorístico: uma análise do Canal “Porta dos Fundos”. **Revista de Estudos da Linguagem**, v. 25, n. 2, p. 739–763, 6 mar. 2017.

FORÇA Nacional chega ao Ceará para auxiliar no combate a ataque de facções. **G1 Ceará**, Fortaleza, 04 abr. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2019/01/04/forca-nacional-chega-ao-ceara-para-auxiliar-no-combate-a-ataque-de-faccoes.ghtml>. Acesso em: 5 set. 2021.

FOUCAULT, M. **A Arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8. Ed., Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2012.

FOUCAULT, M. **Ditos e Escritos**. Ética, estratégia, poder-saber. MOTTA, Manoel Barros da (org.). Trad. Vera Lúcia A. Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003. v. 4. (Coleção Ditos e Escritos).

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Org., Introd., Rev. Técnica Roberto Machado. 13 ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1998. (Biblioteca de filosofia e história das ciências, v. 7).

FRANCO, L. Batalhão da PM denunciado por Marielle é o que mais mata no Rio. Rio de Janeiro, **Folha Uol**, 15 mar. 2018. Cotidiano. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/03/batalhao-da-pm-denunciado-por-marielle-e-o-que-mais-mata-no-rio.shtml>. Acesso em: 10set. 2021.

GALVANI, G. Apropriação cultural além do “pode ou não pode” é tema de livro de Pai Rodney. São Paulo. **Carta Capital**, 3 out. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/apropriacao-cultural-alem-do-pode-ou-nao-pode-e-tema-de-livro-de-pai-rodney/>. Acesso em: 09 set. 2021.

GILROY, P. **O Atlântico Negro**: modernidade e dupla consciência. Trad. Cid Knipel Moreira. 2. ed. 1. Reimpr. São Paulo: Editora 34; Rio de Janeiro; Universidade Candido Mendes, Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2017.

GILROY, P. **Entre Campos**: nações, culturas e o Fascínio da Raça. Trad Célia M. M. de Azevedo *et al.* São Paulo: Annablume, 2007.

GIRA. Intérprete: Larissa Luz. Compositor: Rafael Dias; Larissa Luz; Bia Ferreira e Larissa de Jesus. In: TROVÃO. Intérprete: Larissa Luz. S.L: [s.n], 2019. <https://www.facebook.com/ProfPauloCruzCursos/videos/371053390457701/> . Acesso em: 24 jul. 2021

GLISSANT, É. Pela Opacidade. Trad. Keila P. Costa, Henrique de T. GROKE. **Revista Criação & Crítica**, n. 1, p. 53–55, 2008.

GOHN, M. DA G. Marcos Referenciais Teóricos que têm dado Suporte às Análises dos Movimentos Sociais e Ações Coletivas no Brasil – 1970-2018. **Revista Brasileira de Sociologia - RBS**, v. 6, n. 14, 30 dez. 2018.

GOHN, M. G. **Manifestações de Junho de 2013 no Brasil e Praças dos indignados no mundo**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2015..

GOMES, J. D. **Os Segredos de Virgínia**: Estudo de Atitudes Raciais em São Paulo (1945-1955). 2013. 180f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Antropologia. São Paulo, 2013.

GOMES, N. L.; MIRANDA, S. A. de. Educação na Década Internacional dos Afrodescendentes (2015-2024). **Educação em Revista**, v. 34, n. 0, p. 3, 23 nov. 2018.

GONÇALVES, J. As sambistas: 5 mulheres brasileiras que transformaram o samba - Tpm. **Revista Trip**, 23 fev. 2017. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/tpm/as-sambistas-5-mulheres-brasileiras-que-transformaram-o-samba>. Acesso em: 10 set. 2021.

GONTIJO, L. de A.; BICALHO, M. F. Rupturas da ordem neoliberal: crítica ao individualismo, à atomização política e à polarização identitária. **Revista Brasileira de Sociologia do Direito**, v. 7, n. 3, p. 141–159, set./dez. 2020.

GONZALEZ, L. A. O. De preto a afro-descendente: da cor da pele a categoria científica. In: BARBOSA, L. M. de A. *et al.* **De preto a afro-descendente**: trajetos de pesquisa sobre o negro, cultura negra e relações étnico-raciais no Brasil. São Carlos: EdUFSCar, 2010. p. 345.

GOOGLE. **Celebrando vozes femininas no YouTube**. In: **O blog do Google Brasil**, São Paulo, 2 mar. 2016 Disponível em: <https://brasil.googleblog.com/2016/03/celebrando-vozes-femininas-no-youtube.html>. Acesso em: 30 ago. 2021.

GUIMARÃES, A. S. A.; RIOS, F.; SOTERO, E. Coletivos Negros e Novas Identidades Raciais. **Novos estudos CEBRAP**, v. 39, n. 2, p. 309–327, 12 out. 2020.

HALL, S. **Cultura e Representação**. Arthur Ituassu (org. e ver.), Trad. Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. Puc-Rio: Apicuri, 2016.

HALL, S. Quem precisa de identidade. In: SILVA, T. T. DA S. (ed.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 12. Ed., Petrópolis: Vozes, 2013. p. 103–130.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Org. Sovik Liv. Trad. Adeliane La guardiã Resende *et. al.* 1 ed. atual., 1 reimp. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. (Coleção Humanitas).

HELLMAN, L. **Pentimento** – um Livro de Retratos. Trad. Elsa Martins. 3 ed., Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.

HENRIQUE, G; SANTANA; H. NASCIMENTO, N. Um sobrevivente do inferno. Entrevistado: Mano Brown. **Le Monde Diplomatique Brasil**. São Paulo. Edição 126, 8 jan. 2018.

HONNETH, A. **O direito da liberdade**. Trad. Saulo Krieger. São Paulo, Martins Fontes, 2016.

HONNETH, A. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. Trad. e Luiz Repa. São Paulo: Ed. 34, 2003.

ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ILLOUZ, E. **Intimidades congeladas**: las emociones en el capitalismo. Trad. Joaquín Ibarburu. Buenos Aires: Katz editores, 2007.

INTEGRANTES MBL fazem marcha até o Parque da Cidade, em Brasília. **G1 Distrito Federal**. Disponível em: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/05/integrantes-do-mbl-fazem-marcha-ate-o-parque-da-cidade-em-brasilia.html>. Acesso em: 1 set. 2021.

INTRODUÇÃO – A Vida é um desafio. Intérprete: Mano Brown. Compositor Edi Rock. *In*: 1000 TRETAS, 1000 Trutas. São Paulo: Cosa Nostra, 2006. 1 DVD. (72 min.)

ITO, C. Egnalda Côrtes dá dicas de youtubers negros - Tpm. **TRIP**, São Paulo, 6 mar. 2018. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/tpm/egnalda-cortes-da-dicas-de-youtubers-negros>. Acesso em: 10 set. 2021.

IZEL, A. Conheça youtubers que debatem temas importantes para as mulheres negras. **Correio Braziliense**, Brasília, 2 jun. 2017. Disponível em: [https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2017/06/02/interna\\_diversao\\_arte,599469/youtubers-negras.shtml](https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2017/06/02/interna_diversao_arte,599469/youtubers-negras.shtml). Acesso em: 10 set. 2021.

JOVEM com câncer é repreendida por usar turbante e desabafa na internet . **Folha de São Paulo**, São Paulo, 12 fev. 2017. Cotidiano. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/02/1858068-jovem-com-cancer-e-repreendida-por-usar-turbante-e-desabafa-na-internet.shtml>. Acesso em: 3 set. 2021.

JUSTIÇA de SP penhora carro de luxo de Ciro Gomes para indenizar o vereador Fernando Holiday. **G1 São Paulo**, 27 fev. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/01/27/justica-de-sp-penhora-carro-de-luxo-de-ciro-gomes-para-indenizar-o-vereador-fernando-holiday.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2021.

KOPF, S. “Rewarding Good Creators”: Corporate Social Media Discourse on Monetization Schemes for Content Creators. **Social Media + Society**, v. 6, n. 4, 11 nov. 2020.

LANIER, J. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Trad. Bruno Casotti. Rio de Janeiro: Intrínseca Ltda, 2018.

LARA, W.; BRIONE, A. Adolescente que aparece em vídeo sendo torturado relata que foi chicoteado com fios elétricos em SP. **G1 São Paulo**, São Paulo, 2 set. 2019. Disponível em: [encurtador.com.br/dAFP8](https://www.g1.com.br/encurtador.com.br/dAFP8) . Acesso em: 10 set. 2021.

- LEAL, M. do C. *et al.* A cor da dor: iniquidades raciais na atenção pré-natal e ao parto no Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, sup. e00078816, 24 jul. 2017.
- LEITÃO, D. K.; GOMES, L. G. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. **Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia**, v. 42, n. 42, p. 41–65, 2017.
- LISBOA FILHO, F. F.; MORAES, A. L. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em mídias audiovisuais: o circuito da cultura como instrumento analítico. **Significação**, São Paulo, v. 41, n. 42, p. 67–86, 2014.
- LORDE, A. **Zami, a New Spelling of My Name**. Londres: Penguin Books Ltd, 2018:
- LOVELUCK, B. **Redes, liberdades e controle** : uma genealogia política da internet. Petrópolis, RJ : Vozes, 2018.
- MACHADO, J. M. R.; MISLOLCI, R. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização da política brasileira. **Sociol. antropol**, v. 9, n. 3, p. 945–970, 2019.
- MAIA, A. S. C. Telenovela Projeção, identidade e identificação na modernidade líquida. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 2007.
- MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais** : linguagens, ambientes, redes. 2. ed, 2 reimpr., Petrópolis, RJ : Vozes, 2017.
- MARTINS, S. **Repercussões da experiência de racismo nas ocupações maternas de mulheres negras: estratégias de enfrentamento**. 2021. 364f. Tese (Doutorado em Terapia Ocupacional) - Programa de Pós-Graduação em Terapia Ocupacional, da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2021.
- MBL começa caminhada de protesto com objetivo de chegar até Brasília. **G1 São Paulo**, 24 abr. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/04/mbl-comeca-caminhada-de-protesto-com-objetivo-de-chegar-ate-brasil.html>. Acesso em: 1 set. 2021.
- MELO, C. N. de; ANJOS, A. C. C. DOS. **O slam na encruzilhada dos Estudos Culturais**. Encontro Anual Anpocs, 44 ,. **Anais**. [...], evento online, 2020.
- MENDONÇA, R. F.; ABREU, M.; SARMENTO, R. Repertórios Discursivos e as Disputas Políticas Contemporâneas. **Novos estudos CEBRAP**, v. 40, p. 33–54, 19 jul. 2021.
- MIHAILIDIS, P.; THEVENIN, B. Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy. **American Behavioral Scientist** v. 57, n. 11, p. 1611–1622, 31 maio 2013.

MINAS GERAIS. Lei nº 15.259, de 27 de julho de 2004. Institui sistema de reserva de vagas na Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG - e na Universidade Estadual de Montes Claros - Unimontes - para os grupos de candidatos que menciona. Belo Horizonte: Câmara dos Deputados, [2004]. Disponível em: <https://leisestaduais.com.br/mg/lei-ordinaria-n-15259-2004-minas-gerais-institui-sistema-de-reserva-de-vagas-na-universidade-do-estado-de-minas-gerais-uemg-e-na-universidade-estadual-de-montes-claros-unimontes-para-os-grupos-de-candidatos-que-menciona>. Acesso em: 15 jun. 2021.

MILLS, W. C. **A imaginação Sociológica**. Trad Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1965.

MISKOLCI, R. **Batalhas morais**: política identitária na esfera pública técnico-midiática. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2021 (Cadernos da Diversidade).

MISKOLCI, R. **Desejos digitais**: uma análise sociológica da busca por parceiros online. 1. Ed., Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017. (Coleção Argos, 4).

MISKOLCI, R.; BALIEIRO, F. D. F. Sociologia Digital: balanço provisório e desafios. **Revista Brasileira de Sociologia - RBS**, v. 6, n. 12, 1 jan. 2018.

MJC DIVULGA resultado final do Prêmio Antonieta de Barros. Ministério da Justiça e Segurança Pública, Brasília, 10 out. 2016. Disponível em: <https://www.justica.gov.br/news/mjc-divulga-resultado-final-do-premio-antonieta-de-barros>. Acesso em: 18 ago. 2021.

MOREIRA-PRIMO, U. S.; FRANÇA, D. X. DE. Efeitos do racismo da trajetória escolar de crianças: uma revisão sistemática. **Debates em Educação**, v. 12, n. 26, p. 176–198, 6 abr. 2020.

MOSCOVICI, S. **A representação social da Psicanálise**. Trad. Alvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

MOTTA, L. D. **Fazer Estado, Produzir Ordem**: sobre projetos e práticas na gestão do conflito urbano em favelas cariocas. 2017. 259f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017.

MOTTA, L. D. Indignação e rotinização: sobre sofrimentos e estratégias para lidar com a violência policial em uma favela pacificada. **Revista de Ciências Sociais. Fortaleza**, v. 51, n. 1, p. 321–352, 2020.

NASCIMENTO, S. Gabi Oliveira ganha prêmio de melhor Influenciadora digital de comportamento e estilo. **Mundo Negro**, São Paulo, 17 out. 2017a. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/gabi-oliveira-ganha-premio-de-melhor-influenciadora-digital-de-comportamento-e-estilo/>. Acesso em: 10 set. 2021.

NASCIMENTO, S. Egnalda Côrtes: o nome por trás dos maiores Youtubers negros do Brasil. **Mundo Negro**, São Paulo, 22 dez. 2017b. Disponível em: [encurtador.com.br/pGTVW](http://encurtador.com.br/pGTVW). Acesso em: 10 set. 2021.

NASCIMENTO, S. Livia Zaruty: “Sou contra pessoas que fazem da negritude, uma profissão”. **Mundo Negro**, São Paulo, 23 jul. 2018. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/livia-zaruty-sou-contra-pessoas-que-fazem-da-negritude-uma-profissao/>. Acesso em: 10 set. 2021.

NOVO JUNIOR, J. E. F. TEDxUnicamp e outros eventos TED independentemente organizados na Unicamp **Sínteses: Revista Eletrônica do SimTec**. Campinas: 2016.

OLIVEIRA, P. P **Sociologia da Fofoca**: notas sobre uma forma de narrativa do cotidiano. Encontro Anual Anpocs, 44 , **Anais [...]**, Caxambu, 2010.: Disponível em: <https://anpocs.com/index.php/encontros/papers/34-encontro-anual-da-anpocs/st-8/st32-2/1676-poliveira-sociologia/file>. Acesso em: 7 set. 2021

ONU. Assembleia Geral. Resolução nº 237, de 19 de dezembro de 2013. Proclamação da Década Internacional de Povos Afrodescendentes. Nova Iorque: Assembleia Geral das Nações Unidas, 2013. Disponível em: [http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/07/N1362881\\_pt-br.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/07/N1362881_pt-br.pdf). Acesso em: 17 jul. 2021.

O QUE é uma reivindicação de Content ID? **Ajuda do YouTube**, São Paulo, s/d. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/6013276?hl=pt-BR>. Acesso em: 16 set. 2021.

ORLANDO, J.P; RÍVOLLI, A.; MOREIRA, D. DE A. Introdução ao desenvolvimento colaborativo de regras SWRL com o SWRL Editor. **Sociedade Brasileira de Computação**. Tópicos em multimídia, hipermídia e Web : minicursos. 1ed.º, v. 1, p. 1–30, 2012.

OSÓRIO, R. G. **O Sistema Classificatório de Cor ou Raça do IBGE**. Brasília: 2003. (Nota técnica).

PADILHA, F. Isto não é um manual de instruções: notas sobre a construção e consumo de perfis em três redes geosociais voltadas ao público gay. **Novos Rumos Sociológicos**, v. 3, n. 3, p. 72–104, 20 out. 2015.

PAPINI, A. B. A Regulação da Publicidade Infantil no YouTube 1. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, **Anais [...]**, p. 1–15, 2016.

PAZ, A. A.; SILVA, S. R. Suicídio, laços sociais e Facebook: análise etnográfica com grupos na mídia social digital. **Revista Observatório**, v. 6, n. 4, p. 1–19, 2020.

PELÚCIO, L.; DUQUE, T. “Cancelando” o cuier. **Contemporânea**, v. 10, n. 1, p. 125–151, jan. 2020.

PEREIRA, J. B. B. As relações entre a academia e a militância negra. In: **Brasil: um país de negros**. In: CAROSO, Carlos; BACELAR, Jeferson. Brasil: um país de negros, v. 2. Rio de Janeiro: Pallas/CEAO, 1999.

KOTLER. P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0**: /. Trad. Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PITKIN, H. F. Representação: palavras, instituições e idéias. **Lua Nova**, v. 67, p. 15–47, 2006.

PIZA, E. Porta de vidro: entrada para a branquitude. *In*: CARONE, I. BENTO, M. A. S. (org.). **Psicologia social do racismo**: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil. 6 ed., Petrópolis: Vozes, 2014. p.59-90.

PNAD 2013: Internet pelo celular é utilizada em mais da metade dos domicílios que acessam a Rede. **Agência de Notícias**, São Paulo, 29 abr. 2015  
. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/9840-pnad-2013-internet-pelo-celular-e-utilizada-em-mais-da-metade-dos-domicilios-que-acessam-a-rede>. Acesso em: 17 set. 2021.

POELL, T; NIEBORG, D; DIJCK, J. van. Platformisation. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, 2019.

POR RELIGIÃO, Fernando Holiday diz não exercer homossexualidade. **Catraca Livre**, São Paulo, 25 jun. 2018. Disponível em:  
<https://catracalivre.com.br/cidadania/por-religiao-fernando-holiday-diz-nao-exercer-homossexualidade/>. Acesso em: 10 set. 2021.

PROTESTOS contra a morte de George Floyd pelo mundo nesta sexta-feira. **G1**, São Paulo, 5 jun. 2020. Disponível em:  
<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/06/05/protestos-contr-a-morte-de-george-floyd-pelo-mundo-nesta-sexta-feira-5-fotos.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2021.

RANKING 10 Redes Sociais mais usadas no Brasil [2021]. Portal Resultados Digital, s.l, s.d. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil>. Acesso em: 18 set. 2021.

REIS, M. L. M. **Diáspora como Movimento Social**: A Red de Mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diaspora e as políticas de combate do racismo numa perspectiva transnacional. 2012. 207f. Tese (Doutorado em Sociologia Política) Programa de Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

RENDUELES, C. **Sociofobia**: mudança política na era da utopia digital. São Paulo: Editora SESC, 2017.

RIBEIRO, D. **Pequeno manual antirracista**. São Paulo: Companhia das letras, 2019.

RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala**. Belo Horizonte: Letramento, 2017.

RIO DE JANEIRO. Lei nº 3708, de 09 de novembro de 2001. Institui cota de até 40% (quarenta por cento) para as populações negra e parda no acesso à Universidade do Estado do Rio De janeiro e à Universidade Estadual do Norte Fluminense, e dá outras providências. Rio de Janeiro: Câmara dos Deputados, [2001]. Disponível em:  
<https://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/90840/lei-3708-01>. Acesso em: 15 jun. 2021.

ROCHA, C. “**Menos Marx, Mais Mises**”: uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018). 2018. 233f. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

ROCHA, L. de M. A vida e as lutas de Marielle Franco. **Revista em Pauta**, v. 16, n. 42, p. 274–280, dez. 2018b.

ROQUE, T.; PATRÍCIO, M. As pautas e os ecos de Junho de 2013: uma análise. **Revista Cult**, São Paulo, 13 jun. 2018. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/as-pautas-e-os-ecos-de-junho-de-2013/>. Acesso em: 10 set. 2021.

ROSE, N. I. **Inventando nossos selfs**: psicologia, poder e subjetividade. Petrópolis: Vozes, 2011.

RUTHERFORD, J. O terceiro espaço. Uma entrevista com Hommi Bhabha. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 24., Campinas: Serifa Produção Gráfica LTDA, 1996. p. 36–41.

SANTOS, A. P. M. T. DOS; SANTOS, M. R. dos. Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil. **dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 11, n. 23, p. 157–181, 22 maio 2018.

SANTOS, J. G. B. DOS; CHAGAS, V. Direta transante: enquadramentos pessoais e agenda ultraliberal do MBL. **MATRIZES**, v. 12, n. 3, p. 189–214, 26 dez. 2018.

SANTOS, M. A. DOS. **Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018**. 2019. 399f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019., 2019.

SCHIRMER, L. C. .; DALMOLIN, A. R. Discurso de Ódio Biopolítico no caso Marielle Franco. *In*: I Congresso Nacional de Biopolítica e Direitos Humanos. 2018. **Anais [...]** Ijuí, 2018. Disponível em: <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/conabipodihu/article/view/9294/7960>. Acesso em: 27 ago. 2021

SCHRADIE, J. Ideologia do Vale do Silício e desigualdades de classe: um imposto virtual em relação à política digital. **Parágrafo**, v. 5, n. 1, p. 85–99, 2017.

SIBILIA, P. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SICILIANO, M. Creators são trabalhadores . **Portal DigiLabour**. São Leopoldo, 1 ago. 2021. Disponível em: <https://digilabour.com.br/2021/08/01/creators-sao-trabalhadores/>. Acesso em: 16 ago. 2021.

SILVA, A. C. DA. **A representação social do negro no livro didático: o que mudou? por que mudou?** Salvador: EDUFBA, 2011.

SILVA, G. M.; LEÃO, L. T. DE S. O paradoxo da mistura: identidades, desigualdades e percepção de discriminação entre brasileiros pardos. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 80, p. 117–133, 2012.

SILVA, L. K. S. **Mais é melhor!** mulheres no conselho de administração e a divulgação de responsabilidade social corporativa relacionada a gênero. 2020. 82 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) - Programa de pós-graduação em Administração e Controladoria, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

SILVEIRA, O. F. Vinte de novembro: história e conteúdo. In: GONÇALVES E SILVA, P. B.; SILVÉRIO, V. R. **Educação e ações afirmativas: entre a injustiça simbólica e a injustiça econômica.** Brasília, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2003. p. 21–43.

SILVERIO, V. R. Quem negro foi e quem negro é? Anotações para uma sociologia transnacional negra. In: BERNARDINO-COSTA, J.; MALDONADO-TORRES, N.; GROSGOUEL, R. (ed.). **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico.** 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 269 - 284. (Cadernos Cultura Negra e identidades).

SOUZA, V. L. DE. **Digital Influencers: um estudo sociológico sobre o empreendedorismo digital e a cultura da recomendação.** 2019. 99f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019.

SOUZA E SILVA, A. Do ciber ao híbrido: tecnologias móveis como interfaces de espaços híbrido. In: ARAUJO, D. C. (org.). **Imagem (ir)realidade: comunicação e cibernídia.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

SOVIC, L.; MARTINELLI, F.; GUAZINA, L. Stuart Hall e os estudos da comunicação no Brasil. **Matrizes**, v. 10, n. 3, p. 15–29, set. /dez., 2016.

SPIVAK, G. C. **Pode o subalterno falar?** Trad. Sandra R. G. de Almeida, Marcos P. Feitosa e André P. Feitosa. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

STABILE, A. Canais negros lutam por visibilidade no YouTube - Ponte Jornalismo. **Ponte**, São Paulo, 15 dez. 2017. Disponível em: <https://ponte.org/canais-negros-lutam-por-visibilidade-no-youtube/>. Acesso em: 14 ago. 2021.

TAÍS Araújo fala sobre preocupação na criação dos filhos: “A cor do meu filho faz com que as pessoas mudem de calçada”. **G1**, São Paulo, 16 nov. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/tais-araujo-fala-sobre-preocupacao-na-criacao-dos-filhos-a-cor-do-meu-filho-faz-com-que-as-pessoas-mudem-de-calçada.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2021.

TATAGIBA, L. Os protestos e a crise brasileira. Um inventário inicial das direitas em movimento (2011-2016). **Sinais Sociais/ Sesc**, Departamento Nacional, Rio de Janeiro, v. 11, n. 33, p. 71–98, 2017.

TATE, S. A. Descolonizando a raiva-a teoria feminista negra e a pratica nas universidades do Reino Unido. *In*: BERNARDINO-COSTA, J.; MALDONADO-TORRES, N.; GROSGOUEL, R. (ed.). **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 183 - 201. (Cadernos Cultura Negra e identidades).

TAYLOR, K. Y. O surgimento do movimento #vidasnegrasimportam. **Lutas Sociais**, v. 22, n. 40, p. 108–123, 2018.

TESTONI, M. “Ativismo digital negro está agindo contra covid”, diz mentora de youtubers - Geledés. **Portal Geledés**, São Paulo, 12 maio 2020. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/ativismo-digital-negro-esta-agindo-contracovid-diz-mentora-de-youtubers/>. Acesso em: 10 set. 2021.

THINK WITH GOOGLE. Introdução. **Portal Think With Google Brasil**, s.l. s.d. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/introducao/>. Acesso em: 10 set. 2021.

TORREÃO, P.; ALMEIDA, S. DE. Representação e movimentos populares no século XXI : a aproximação brasileira dos casos internacionais durante os protestos de junho de 2013. **Enfoques**, v. 13, n. 1, p. 125–146, 2014.

TRIBUTO a Martin Luther King. Intérprete: Wilson Simonal. Compositor Wilson Simonal e Ronaldo Bôscoli. *In*: A Vida É Só pra Cantar. São Paulo: RCA Victor Brasileira, 1977. 1 disco vinil, labo B, faixa 8 (3 min.)

VASCONCELOS, R. 10 youtubers negros! Centro de Estudos de Relações de Trabalho e Desigualdade. São Paulo, **CEERT**, 30 abr. 2016 . Disponível em: <https://ceert.org.br/noticias/comunicacao-midia-internet/11330/10-youtubers-negros>. Acesso em: 11 set. 2021.

VIVENDO de Amor . **Portal Geledés**, São Paulo, 9 mar. 2010. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/vivendo-de-amor/>. Acesso em: 9 set. 2021.

VOZES... **Creators | Inscrição para o Fundo Vozes Negras do YouTube | YouTube**. Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/creators/blackvoicesfund/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/creators/blackvoicesfund/). Acesso em: 16 ago. 2021.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Trad. Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa Revisão técnica de . Gabriel Cohn. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2004.

WELZER-LANG, D. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. **Revista Estudos Feministas**, v. 9, n. 2, p. 460–482, 2001.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Trad. Marcio Serelle e Mário F. I. Viggiano. Prefácio Graeme Turner. Belo Horizonte/São Paulo: PUC Minas/BoiTempo, 2016.

WINCKLER, M. A.; PIMENTA, M. S. Avaliação de Usabilidade de Sites Web. In: NEDEL, L. P. (org.). **Escola de Informática da SBC SUI (ERI 2002)**. Porto Alegre, 2002. p. 85–137.

YOUTUBE negras. YouTube Black Brasil: ampliando vozes que devem ser ouvidas. **Portal YouTube**, Rio de Janeiro, s. d. Disponível em: <https://brasil.googleblog.com/2017/11/youtube-black-brasil-ampliando-vozes.html>>. Acesso em: 10 set. 2021.

YOUTUBE. Adicionar inserção pagas de produto, patrocínio e endosso - Ajuda do YouTube. **Portal Support Google**, s.l, s.d. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/154235?hl=pt-BR#zippy=%2Cserviços-e-produtos-que-não-permitem-a-inserção-paga-de-produtos-patrocínios-e-endossos>>. Acesso em: 4 set. 2021

YOUTUBE Criadores de conteúdo do YouTube. **Portal YouTube**, Rio de Janeiro, s.d. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/nextup/>. Acesso em: 21 jul. 2021.

YOUTUBE. Programa de Parcerias do YouTube: visão geral e qualificação - Ajuda do YouTube. **Portal Support Google**, s.l, s.d. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=pt-BR>. Acesso em: 12 ago. 2021.

YOUTUBE SPACE. YouTube Creators. **Portal YouTube**, Rio de Janeiro, s.d. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/space/index.html>. Acesso em: 17 jan. 2019.

YOUTUBER diz que é embaixadora para igualdade de gênero, ONU nega. **Uol**, São Paulo, 03 mar. 2016. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2016/03/03/onu-desmente-youtuber-que-se-disse-embaixadora-da-entidade-no-brasil.htm>. Acesso em: 10 set. 2021.

### *Vídeos<sup>180</sup>*

#PRESENÇANEGRA - 10ocupados. [São Paulo, s.n], 2019. 1 vídeo. (8 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vs38LBZZo3Y>. Acesso em: 10 set. 2021.

1 ANO DE canal + super sorteio + vídeo secreto. [São Paulo, s.n], 2016. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=H0DghJdWYOo>. Acesso em: 10 set. 2021.

---

<sup>180</sup> Embora os vídeos tenham sido acessados em momentos distintos, no dia 10 set. 2021. Fiz uma conferência de todos os links, por isso, estão com a mesma data de acesso.

20 MIL INSCRITOS!! Amo vocês receba o meu abraço i Br. [Milão (IT), s.n], 2018. 1 vídeo (56 seg.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UkzitDEdDZw>. Acesso em: 10 set. 2021.

5 CARACTERÍSTICAS da mulher preta retinta | Falando de beleza negra. [Milão (IT), s.n], 2020. 1 vídeo. (10 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=yw\\_BvK-DSiY&t](https://www.youtube.com/watch?v=yw_BvK-DSiY&t). . Acesso em: 10 set. 2021.

A BARRAQUEIRA da Gabi | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2015. 1 vídeo (4 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q463iLI0gFQ>. Acesso em: 10 set. 2021.

A IMPORTÂNCIA da estética e autoestima negra: geração tombamento é política? [São Paulo, s.n], 2019. 1 vídeo. (16 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=srKdoOEbjeg&t> . Acesso em: 10 set. 2021.

A VERDADEIRA história dos negros no brasil. [São Paulo, s.n], 2019. 1 vídeo. (1 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vJ-9YhzITg0> . Acesso em: 10 set. 2021.

AFROS E AFINS - Apresentação e programação. [São Paulo, s.n], 2016. 1 vídeo (56 seg.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=x0sPfEL7iAg>. Acesso em: 10 set. 2021.

ASSALTO com segurança. [Salvador, s.n], 2020. 1 vídeo. (1 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EbfRIu9YUYg>. Acesso em: 10 set. 2021.

ATIVISMO de internet é ativismo? [São Paulo, s.n], 2018. 1 vídeo. (16 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=X2abNOm\\_WTA&t](https://www.youtube.com/watch?v=X2abNOm_WTA&t). Acesso em: 10 set. 2021.

AULAS de Carnaval. [Salvador, s.n], 2017. 1 vídeo (12 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=T2Q0yspaRLA&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

AUTOESTIMA, identidade e feminismo negro. [São Paulo, s.n], 2015. 1 vídeo (16 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BoXsNfC1WMw>. Acesso em: 10 set. 2021.

BLITZ Policial. [Salvador, s.n], 2018. 1 vídeo. (9 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=vsC\\_ioZKPuo&t](https://www.youtube.com/watch?v=vsC_ioZKPuo&t). Acesso em: 10 set. 2021.

BRANCO demais pra ser preto, preto demais pra ser branco. [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (12 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KcFyK-knEko&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

CAUSA da morte: racismo! [São Paulo, s.n], 2020. 1 vídeo. (8 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TvCfFt06cbY>. Acesso em: 10 set. 2021.

CHURRASCO clandestino – (cap. Renata atende ocorrência). [Salvador, s.n], 2020. 1 vídeo. (14 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rNEbbJyniTM&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

COLORISMO, ser negro e os 3 mitos da mulher negra. [São Paulo, s.n], 2016. 1 vídeo (12 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz\\_NYDo](https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz_NYDo). Acesso em: 10 set. 2021.

CONVERSAM que importam. [Rio de Janeiro, s.n], 2020. 1 vídeo. (114 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QtS3bcQ8lkw>. Acesso em: 10 set. 2021.

COTAS raciais: sim ou não? | Papo De Pretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (8 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=ks\\_I8yZRrYM](https://www.youtube.com/watch?v=ks_I8yZRrYM). Acesso em: 10 set. 2021.

DÁ PRA ser didático 100% do tempo? [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo (17 min.) Publicado pelo canal Muro Pequeno. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4kUcJCQtVKQ>. Acesso em: 10 set. 2021.

DJ MILA Ribeiro o que lugar de falha? Selo Harvard de veracidade. [Milão (IT), s.n], 2019. 1 vídeo. (15 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BkWTbeP8MNA>. Acesso em: 10 set. 2021.

É SÉRIO isso??? | Respondendo as(sic) perguntas do público. [São Paulo, s.n], 2019. 1 vídeo. (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VxgiqQU2BCI>. Acesso em: 10 set. 2021.

EM QUEM votar? | De Pretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (5 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U2Zb3zfALb0>. Acesso em: 10 set. 2021.

EMPODERAMENTO Vende! [São Paulo, s.n], 2016. 1 vídeo (7 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eqHF8CHjH8>. Acesso em: 10 set. 2021.

EMPODERAMENTO, Negras que Alisam o Cabelo e Feministas Maquiadas. [São Paulo, s.n], 2015. 1 vídeo (14 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eGKhmkoX3LQ>. Acesso em: 10 set. 2021.

ESTEREÓTIPOS racistas na pornografia gay). [Rio de Janeiro, s.n], 2020. 1 vídeo. (22 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0Hrb-uJg-9A>. Acesso em: 10 set. 2021.

ETNIA Brasileira de Livia Zaruty. [Milão (IT), s.n], 2018. 1 vídeo (15 seg.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jvPU7eWzoAU>. Acesso em: 10 set. 2021.

EU não sou normal eu sou Livia Zaruty. [Milão (IT), s.n], 2020. 1 vídeo. (10 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-iQG8fIDXTg>. Acesso em: 10 set. 2021.

- FERNANDO Holiday - Um Vereas No Pedaco. [São Paulo, s.n], 2020. 1 vídeo. (1 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=CTJ4\\_X8GLA4&t](https://www.youtube.com/watch?v=CTJ4_X8GLA4&t). Acesso em: 10 set. 2021.
- GUERREIRA pra quem? | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (4 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y04w-NTxDZg>. Acesso em: 10 set. 2021.
- IMITANDO e virando youtuber de vlog. [Salvador, s.n], 2017. 1 vídeo (4 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=y4AbTA7IKwE>. Acesso em: 10 set. 2021.
- INTERVENÇÃO no Rio: como sobreviver a uma abordagem policial. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (3 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eBdSBmTFR5g>. Acesso em: 10 set. 2021.
- LGBTS E AS ELEIÇÕES part. #votelgbt. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo (12min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nAkiqBt36aM&t>. Acesso em: 10 set. 2021.
- LUTA pela desconstrução do amor romântico [Milão (IT), s.n], 2017. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sh5rICRKdFw>. Acesso em: 10 set. 2021.
- MARCAS e Projetos Sociais? | DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (3 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KAkOCApuI5E&t>. Acesso em: 10 set. 2021.
- MEU PAI posso brincar? (Meu filho Ewerton). [Salvador, s.n], 2017. 1 vídeo (10 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-nejvaDrdWs&t>. Acesso em: 10 set. 2021.
- MEU primeiro amor. [Salvador, s.n], 2018. 1 vídeo (7 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TRZ-1LfveNg&t> . Acesso em: 10 set. 2021.
- MEU primeiro pentelho (Tempos de Infância). [Salvador, s.n], 2018. 1 vídeo (8 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FZJsQ2-JxuY&t>. Acesso em: 10 set. 2021.
- NÃO É QUESTÃO de gosto. [Rio de Janeiro, s.n], 2015. 1 vídeo (10 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XJzFLOm0Uq0>. Acesso em: 10 set. 2021.
- NÃO somos todas Marielles, mas... #14m | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2019. 1 vídeo. (5 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FcYK-gK-LOc> . Acesso em: 10 set. 2021.
- NÁTALY Neri está cancelada: Cultura do cancelamento, representatividade e outras reflexões. [São Paulo, s.n], 2020. 1 vídeo. (32 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hYd3qgFuwV8&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

NEGRO não tem Raça, não somos animais! Tribunal e Cotas raciais opinião: sim ou não? [Milão (IT), s.n], 2017. 1 vídeo (8 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=QDungse\\_KNI](https://www.youtube.com/watch?v=QDungse_KNI). Acesso em: 10 set. 2021.

NENHUMA Novidade ep1. [Salvador, s.n], 2020. 1 vídeo. (5 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ueT1-xMZ-Q0>. Acesso em: 10 set. 2021.

NINGUÉM nasce racista? | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (2 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RQp-p6WFVEk>. Acesso em: 10 set. 2021.

O CASO Carrefour e o racismo estrutural. [São Paulo, s.n], 2020. 1 vídeo. (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sXTfP2--0J4&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

O LUGAR dos LGBT no coração de deus | discurso na ONU. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (17 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v8EukJDTUk4>. Acesso em: 10 set. 2021.

O MUNDO tá chato (mas já faz tempo). [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (7 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-qwiajuKpqs>. Acesso em: 10 set. 2021.

O PLANO perfeito | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (5 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Od49TZlvk98>. Acesso em: 10 set. 2021.

O QUE é privilégio? [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo (17min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NslqzrbgJjs>. Acesso em: 10 set. 2021.

OI! POR QUE sumi? | Live DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (16 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=vOiO\\_e7Kh0o&t](https://www.youtube.com/watch?v=vOiO_e7Kh0o&t). Acesso em: 10 set. 2021.

PARDO não é negro! Aceite a sua origem múltipla. [Milão (IT), s.n], 2017. 1 vídeo (7 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0QMeLYLBsJA>. Acesso em: 10 set. 2021.

PELO AMOR de Dandara. [Rio de Janeiro, s.n], 2015. 1 vídeo (7 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2-SBBihnc10>. Acesso em: 10 set. 2021.

PERMITA-SE ter raiva. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo (7min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=k-6zIkYl-gE>. Acesso em: 10 set. 2021.

PESSOAS brancas devem falar sobre racismo? [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (15 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q-XtbzwPD3E&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

POR QUE estou fazendo terapia? Live DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=6mp0sw\\_DqxA&t](https://www.youtube.com/watch?v=6mp0sw_DqxA&t). Acesso em: 10 set. 2021.

POR QUE eu sumi? Por que eu voltei? [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo (18min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FelphRgokAY&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

PRA QUEM ainda consegue ouvir | DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (13 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7o5Y3-tvSt0&t> . Acesso em: 10 set. 2021.

PRESIDENTE do Brasil pode chorar! A resistência começou. [Milão (IT), s.n], 2018. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GgUYnbgOX4E>. Acesso em: 10 set. 2021.

PRETOS no topo.... Só que não! | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2019. 1 vídeo. (12 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=f3X1LUnZ8XI>. Acesso em: 10 set. 2021.

PRIMEIRO discurso de Fernando Holiday na Câmara de SP. [São Paulo, s.n], 2017. 1 vídeo (12min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=83qG4IRIDWw>. Acesso em: 10 set. 2021.

QUAL o meu Meme Favorito? PericãoResponde# 02. [São Paulo, s.n], 2017. 1 vídeo. (5 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l53e2FLw9E8&t..> Acesso em: 10 set. 2021.

QUE GOLPE? | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (2 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Qugyqt6BLfc>. Acesso em: 10 set. 2021.

QUEM SÃO os verdadeiros heróis negros? | Especial dia da Consciência Negra. [São Paulo, s.n], 2017. 1 vídeo (9min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=zLgx7Njh\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=zLgx7Njh_A). Acesso em: 10 set. 2021.

RESENHA Base Fluida Vult | DePreta. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (7 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XXY7h2CgJ2Q&t> . Acesso em: 10 set. 2021.

RESENHA do Pericão #02 - Mulheres no samba. [São Paulo, s.n], 2018. 1 vídeo. (9 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8Ogrk9WZg2U>. Acesso em: 10 set. 2021.

RESENHA do Pericão #04 - Na escola. [São Paulo, s.n], 2018. 1 vídeo. (4 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vZSm5S5y7Xo&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

RESENHA do Pericão #25 - Dexter (Oitavo Anjo). [São Paulo, s.n], 2019. 1 vídeo. (11 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NQQsPTrgup8&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

RESPONDENDO Haters | DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (4 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=70gkoUMsaqc>. Acesso em: 10 set. 2021.

RETROSPECTIVA 2015. [Salvador, s.n], 2015. 1 vídeo (13 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DyWErZnNQRg>. Acesso em: 10 set. 2021.

SLOW Blogging - a internet na velocidade da vida. [São Paulo, s.n], 2019. 1 vídeo. (13 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oUCsWIkJ1-Y&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

SOBRE A MINHA Consciência Negra. [Rio de Janeiro, s.n], 2016. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Mvz9TU5Y7R0>. Acesso em: 10 set. 2021.

SOBRE ESPANTALHOS e apropriação cultural. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (12 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kwHn8nRqUX4&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

SOU UMA farsa? | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YByqHDQbVio>. Acesso em: 10 set. 2021.

TOUR pelo meu rosto | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2018. 1 vídeo. (8 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CEOvcHPvvis&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

TRETA youtubers afro made china CN Camilla de Lucas, Mari Morena, Nina Gabriella e Cacheadas. [Milão (IT), s.n], 2018. 1 vídeo (25 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=NkjzL5Pl\\_zU&t](https://www.youtube.com/watch?v=NkjzL5Pl_zU&t). Acesso em: 10 set. 2021.

TRUMP salvou os negros nos EUA? [São Paulo, s.n], 2020. 1 vídeo. (1 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BF6a8j6U3Wc>. Acesso em: 10 set. 2021.

UM TRAUMA chamado COLÉGIO | Papo DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2015. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=txTJMcXdB20>. Acesso em: 10 set. 2021.

VAMOS conhecer a Cidade. [Salvador, s.n], 2015. 1 vídeo (11 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4j9-jW8NnSM>. Acesso em: 10 set. 2021.

VAMOS construir nossas referências. [Rio de Janeiro, s.n], 2019. 1 vídeo. (8 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LYgu1EDBXpw&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

VOCÊ é a favor das Cotas raciais? Atriz Ruth de Souza Responde. [Milão, s.n], 2015. 1 vídeo (1 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aVauImGNUSc>. Acesso em: 10 set. 2021.

VOLTEI para África | DePretas. [Rio de Janeiro, s.n], 2019. 1 vídeo. (5 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PjdDFRuM6jQ>. Acesso em: 10 set. 2021.

WILSON Simonal canta Tributo a Martin Luther King. [s.L., s.n] 1 vídeo. 2008. (3 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FH0Ws4Sw0ZE>. Acesso em: 10 set. 2021.

YOUTUBERS negros são todos iguais? [São Paulo, s.n], 2017. 1 vídeo (12 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DOij3KhNTFU&t>. Acesso em: 10 set. 2021.

YURI Marçal - Tive que ser maneiro – Processo. [Rio de Janeiro, s.n], 2017. 1 vídeo (6 min.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=6lD5QibQP\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=6lD5QibQP_Q) . Acesso em: 10 set. 2021.