

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**

**O FEMINISMO E O NEGRO NO CANAL AFROS & AFINS  
DE NÁTALY NERI**

**NATHÁLIA DE MEDEIROS LAZZARIN**

**PORTO ALEGRE  
2018**

NATHÁLIA DE MEDEIROS LAZZARIN

**O FEMINISMO E O NEGRO NO CANAL AFROS & AFINS DE NÁTALY NERI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito à obtenção do grau de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Nísia Martins do Rosário

Coorientadora: Ms. Maria Clara Sidou Monteiro

**PORTO ALEGRE**

**2018**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

**AUTORIZAÇÃO**

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC  
(Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado.....  
.....  
.....  
....., de autoria de  
....., estuda-  
te do curso  
de.....  
....., desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, ..... de ..... de 2018.

Assinatura:

Nome completo do **orientador**:

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Inajara, mulher negra feminista guerreira que me criou sozinha e jamais deixou-me faltar algo. É quem me ensinou que conhecimento nunca será demais, que estudar é para sempre, que me incentivou a ir atrás dos meus objetivos, a ser independente e tantas outras coisas que jamais caberão aqui para expressar o quanto aprendi e aprendo com ela. Se estou aqui, é graças a ela.

Ao meu companheiro, Matheus, que acompanhou de perto todas minhas angústias desde a busca pela vaga na universidade pública, meu ingresso e minha vivência dentro da academia. Obrigada pela paciência, cuidado, carinho, apoio, amizade nesse e em todos os outros momentos que estive e estarás ao meu lado.

Aos amigos, que há todo momento estiveram em uma rede de apoio e incentivo para esta reta final do curso. Em especial, Bruna, William, Júlia e Bruno, obrigada por sempre conseguirem transformar meu “ranço” em risadas.

À minha orientadora, Nísia, que me acolheu no meio do processo de desenvolvimento do trabalho e compartilhou comigo todo conhecimento e direcionamento para que este acontecesse. À minha coorientadora, Maria Clara, que estive desde o início deste trabalho e não poupou esforços nos auxílios. Obrigada pela generosidade de vocês e cuidado com o desenvolvimento deste trabalho.

À Universidade do Rio Grande do Sul, professores, colegas, servidores e terceirizados que de alguma forma contribuíram para a formação minha vida profissional e também pessoal. Tê-los presentes foi fundamental para a UFRGS se tornar minha segunda casa nesses cinco anos dentro da FABICO.

À todas mulheres negras, que lutam diariamente para conquistarem um espaço digno e respeitado na sociedade.

## RESUMO

Este estudo objetivou analisar a compreensão do feminismo e da representatividade negra apropriados pelo público no canal Afros & Afins de Nátaly Neri. A reflexão foi feita a partir da escolha de um vídeo da YouTuber que contivesse os dois temas presentes. Para isso, foi observado o comportamento dos usuários que comentaram neste vídeo. Os comentários foram classificados conforme a identificação do público com ele. Por último, buscamos entender como o feminismo e a representatividade negra interferiu na fala do público através da produção de Nátaly Neri. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, de Laurence Bardin. A partir da análise foi possível perceber a importância em YouTubers negras tratarem de assuntos como representatividade negra e feminismo, já que a presença de usuários identificados com o tema traz comentários de relatos vividos pelos mesmos em situações que foram julgados pela etnia e gênero e, de alguma forma, se sentiram confortáveis em compartilhar isso naquele espaço. Enfim, por meio da análise realizada foi possível confirmar que as redes sociais virtuais são um espaço onde mulheres negras encontraram uma maneira de falar sobre representatividade negra e feminismo.

**Palavras-chave:** Feminismo. Representatividade negra. Mulheres negras. Redes Sociais. YouTube.

## ABSTRACT

This paper aims to analyze the comprehension of the feminism and black representation appropriated by the viewers of the YouTube channel *Afros & Afins*, by Nátaly Neri. This reflection was built on the selection of a video where the YouTuber approached both subjects. Therefore an observation on the video's comments was made. The comments were classified based on the public's identification towards the video's content. At last we seek to understand how the feminism and black representation interfered in the public's speech through Nátaly Neri's production. The methodology in which this paper is based is the content analysis, by Laurence Hardin. Throughout the analysis it was possible to perceive the importance of black YouTubers who discuss subjects such as black representation and feminism, since viewers who identify with the theme bring up their own experiences while being judged by their ethnicity and gender, and somehow felt comfortable to share them at the comments. Finally, based on the analysis it is possible to confirm that social digital medias are spaces where black women managed to talk about black representation and feminism.

**Key words:** Feminism. Black representation. Black Woman. Social media. YouTube.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1:</b> Captura de tela do vídeo "Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra" da YouTuber Nátaly Nery.....	48
<b>Gráfico 1:</b> Categorias .....	54
<b>Gráfico 2:</b> Posicionamento .....	55
<b>Gráfico 3:</b> Autoidentificação.....	56
<b>Gráfico 4:</b> Gênero .....	57
<b>Gráfico 5:</b> Posicionamento dos Identificados.....	58
<b>Gráfico 6:</b> Autoidentificação racial dos Identificados.....	59
<b>Gráfico 7:</b> Gênero dos Identificados .....	60
<b>Gráfico 8:</b> Posicionamentos dos Opinativos .....	63
<b>Gráfico 9:</b> Autoidentificação dos Opinativos .....	64
<b>Gráfico 10:</b> Gênero dos Opinativos .....	65
<b>Gráfico 11:</b> Posicionamento dos Críticos.....	67
<b>Gráfico 12:</b> Autoidentificação dos Críticos.....	68
<b>Gráfico 13:</b> Gênero dos Críticos .....	69
<b>Gráfico 14:</b> Posicionamento dos Ponderados .....	71
<b>Gráfico 15:</b> Autoidentificação dos Ponderados.....	72
<b>Gráfico 16:</b> Gênero dos Ponderados .....	73

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> vídeos por maior número de visualização .....	47
<b>Tabela 2:</b> vídeos por maior número de comentários .....	47
<b>Tabela 3:</b> exemplos dos comentários não classificados na análise .....	53



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 SITES DE REDES SOCIAIS: YOUTUBE COMO PRODUTO CULTURAL</b>	<b>13</b>
2.1 O YOUTUBE.....	18
2.2 CULTURA PARTICIPATIVA .....	20
2.3 O YOUTUBER .....	23
<b>3 O FEMINISMO E A MULHER NEGRA .....</b>	<b>25</b>
3.1 O FEMINISMO.....	25
3.2 SOBRE IDENTIDADES.....	29
3.3 O FEMINISMO NEGRO.....	31
3.4 REPRESENTATIVIDADE NEGRA.....	36
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>43</b>
4.1 A PRÉ ANÁLISE .....	45
4.1.1 DESCRIÇÃO DO VÍDEO.....	48
4.2 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL .....	50
4.3 TRATAMENTO DOS RESULTADOS .....	57
4.3.1 OS IDENTIFICADOS.....	58
4.3.2 OS OPINATIVOS .....	63
4.3.3 OS CRÍTICOS .....	67
4.3.4 OS PONDERADOS .....	71
4.3.5 OS HATERS.....	74
4.3.6 OS AUTODIVULGADORES .....	75
4.3.7 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS .....	75
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>77</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>80</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ser mulher negra no século XXI significa acordar todos os dias e ter de lutar com discriminação de gênero, racial e de classe, resultados de uma sociedade que deixou essas mulheres na base de uma pirâmide social. Vivemos em uma sociedade que criou referenciais brancos e colonizadores, sendo assim, pessoas negras, principalmente se forem mulheres, precisam se encaixar nos padrões ditados para ganharem uma melhor condição de vida. Pessoas retintas<sup>1</sup> ainda enfrentam maiores dificuldades quando negros de pele clara conseguem algumas brechas de privilégios devido ao tom de pele mais branco.

Hoje, a tecnologia é alcançada por um público maior e mais diverso, fazendo que conhecimentos sejam trocados por comunidades diferentes. O movimento feminista negro usa de diversas ferramentas tecnológicas como as redes sociais digitais para debater mais o assunto e também trazer mais questionamentos, fazendo o coletivo ganhar cada vez mais força.

Uma dessas redes mais populares é o YouTube. É possível encontrar canais brasileiros feitos por mulheres negras, abordando o feminismo negro. Entre eles, tem-se o da Nátaly Neri. A YouTuber traz como principais temas a representatividade negra e o feminismo negro.

Ao analisarmos seus vídeos e comentários dos mesmos, surgiu o problema deste trabalho: como a representatividade negra e o feminismo presentes no vídeo de Nátaly Neri são discutidos pela audiência no Afros e Afins?. Portanto, para refletir sobre o assunto foi definido como objetivo geral a compreensão do feminismo e a representatividade negra apropriados pelo público no canal Afros e Afins de Nátaly Neri. Para isso, analisaremos o vídeo em que ela aborda exatamente os dois temas. O vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra”, escolhido para análise, é um dos mais acessados em seu canal.

O primeiro objetivo específico estabelecido foi identificar os tipos de comentários relacionados à temática dentro do vídeo escolhido. Para isso, foram feitas quatro tipos de classificação dos comentários: comportamento, posicionamento, etnia e gênero. O segundo objetivo foi averiguar como a fala da YouTuber deu início à discussão nestes comentários. Foi feita a busca de indícios da fala de Nátaly re-

---

<sup>1</sup> Aqueles que têm a cor da pele escura.

fletida nos comentários classificados. O terceiro e último objetivo específico é verificar se e como o feminismo e a representatividade negra levantados pela YouTuber medeiam essas temáticas no seu público. Aqui será feita a análise de conteúdo nos comentários.

Portanto, este estudo pode ajudar a entendermos a força que YouTubers negras, como Nátaly Néri, podem ser fundamentais para a difusão do feminismo negro. Não só para mulheres negras, mas também para os homens negros e brancos e brancas. Com o entendimento de todos, pode-se desconstruir os estereótipos que inferiorizam e invisibilizam tantas mulheres negras.

Dada à importância do tema, torna-se necessário o desenvolvimento de projetos que visem à representatividade negra através de criações de conteúdos como a de Nátaly Neri. Já que eles desencadeiam uma comunidade necessitada de criações onde se sintam representadas. Portanto, esperamos que o presente trabalho ajude em futuros estudos voltados para as redes sociais virtuais que procurem uma pesquisa da representatividade negra e feminismo nesses ambientes *on-lines*. Também, que influencie e colabore para a identificação das mulheres negras entre si, bem como homens negros e os demais que compõem a sociedade não negra.

Esta pesquisa se enquadra como qualitativa por procurar entender os significados presentes nos comentários dos sujeitos (BAUER; GASKELL, 2008), mas também conta com uma parte quantitativa para auxiliar no seu desenvolvimento. Para o seu desenvolvimento, foram utilizadas pesquisas bibliográficas e a análise de conteúdo do estudo de caso. A pesquisa bibliográfica baseou-se em estudos de comunicação social e também sociais, envolvendo YouTube com Burgess e Green (2009) e feminismo negro com Angela Davis (2016; 2017). A análise de conteúdo teve como base Laurence Bardin (2010). Inicialmente, a pré-análise foi feita em duas etapas que tinham como objetivos encontrar quais os cinco vídeos de maiores acesso do canal de Nátaly e também os cinco vídeos com maior número de comentários. Em ambas classificações, ficaram os vídeos com as seguintes temáticas: o relacionamento da YouTuber com um homem transexual; seguido de questões de gênero, feminismo e negritude; e por último, cuidados com seus cabelos. O vídeo escolhido tem 12 minutos, mais de 410 mil visualizações e mais de 2.500 comentá-

rios<sup>2</sup>. Ele foi o terceiro vídeo mais comentado no Afros e Afins até a coleta de dados. Trataremos mais sobre isso no capítulo sobre a metodologia do trabalho.

Esta monografia está dividida em quatro capítulos mais a introdução. O segundo capítulo intitulado “*Sites de redes sociais: YouTube como produto cultural*” aborda o histórico, a evolução, a contextualização e as diversas práticas que envolvem o site. Também foram analisadas as pesquisas na área de Comunicação para auxiliar num melhor entendimento da plataforma YouTube, para discussão do site como produto midiático. Ainda sobre o YouTube, foi preciso problematizar sobre seus criadores de conteúdo, os YouTubers, que se tornaram de amadores a profissionais e que constroem suas carreiras com base na plataforma. Para isso, utilizam-se autores como Burgess e Green (2009), Keen (2009), Jenkins (2009) e outros.

No próximo capítulo, “O feminismo e a mulher negra”, foi feita a abordagem do feminismo e empoderamento negro, passando pelos principais momentos históricos e trazendo pautas e valores que marcam cada um desses momentos. Também trazemos como é feita a representatividade negra na internet e se articula na contemporaneidade. Para tanto, abordamos a questão do empoderamento negro, que está presente nos vídeos de Nátaly Neri para esta discussão. A base de autores estudada foi Moreira (2016), Hooks (1995, 2015), Cardoso (2014), Davis (2016, 2017).

O quarto capítulo, “Metodologia”, traz as escolhas para o desenvolvimento da pesquisa, incluindo o resultado da pesquisa exploratória na primeira fase desse trabalho, além do percurso para delimitação do campo e do *corpus* da pesquisa apresentado feita à luz dos estudos de Laurence Bardin (2010). Nele, tem-se ainda a descrição do vídeo escolhido da YouTuber Nátaly Neri e análise dos resultados baseada nos comentários lidos. Com auxílio dos estudos feitos nos capítulos anteriores, foi trabalhada a questão do feminismo e empoderamento negro frente aos comentários feitos no vídeo analisado.

Para finalizar, tem-se as considerações finais e as referências utilizadas nesta pesquisa.

Espera-se dessa forma colaborar com a discussão não apenas sobre essas novas expressões do feminismo, mas sobre como os vídeos no YouTube possibili-

---

<sup>2</sup> Coleta de dados feita em 13 de julho de 2018. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz\\_NYDo&t=4s](https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz_NYDo&t=4s)

tam espaços de diálogo e como tais posicionamentos do público demonstram uma mudança nas práticas dos sujeitos.

## 2 SITES DE REDES SOCIAIS: YOUTUBE COMO PRODUTO CULTURAL

Na década de 1990 considerada como um fenômeno passageiro, hoje reconhece-se que a internet está fortemente inserida no cenário mundial contemporâneo. Além de promover um espaço de entretenimento, ela abriu um infinito de possibilidades para ser um meio de trabalho e também de pesquisa. É essa rede que nos liga ao resto do mundo, principalmente se ele for o mais distante. A ligação dada pela tecnologia da informação e comunicação nos leva a um mundo conectado.

Mesmo com suas diferenças culturais, a população está cada vez mais singular devido à expansão do mundo virtual, o que caracteriza o fenômeno da globalização. Para Sarita Albagli e Helena Lastres (1999, p. 12), um dos fundamentos essenciais para a construção disso é

A ampla difusão das tecnologias de informação e comunicação, as quais promoveram os meios técnicos que possibilitaram a ruptura radial na extensão e velocidade dos contatos e de trocas de informações possíveis entre diferentes atores individuais e coletivos.

Para contextualizar o surgimento desse sucesso, retomamos para Guerra Fria, aproximadamente 1960, quando a rede mundial de computadores surgiu. O objetivo era para servir como segundo plano de comunicação para os militares norte-americanos, no caso de um ataque dos inimigos que destruíssem seus meios convencionais de comunicação (FEDELI, 2010). Já entre 1970 e 1980, a rede foi valorizada pelos meios de comunicação academicista, sendo usufruída pelas pessoas que frequentavam as universidades.

Contudo, somente na década seguinte, 1990, foi quando a internet começou a se expandir e chegar aos demais, que foram descobrindo suas numerosas possibilidades de uso. Também na década de 1990 é quando é criada a *World Wide Web*, pelo engenheiro Tim Berners-Lee. É esse sistema que fez a internet se disseminar pelo mundo, já que permitiu uma criação de interface gráfica e também a possibilidade da criação de sites mais dinâmicos (FEDELI et. al, 2010, p. 202).

Já que a *World Wide Web* permitiu essa conexão mundial, como o próprio nome sugere, os estudos sobre ela confirmam a agilidade na troca de informações que traz. Visto que hoje vivemos um progresso contínuo do mundo conectado,  $\frac{1}{6}$  da população participa, como usuário e criador, das infinitas páginas de informações

(SPYER, 2007). No mesmo ano, um dado importante mostra o quanto os brasileiros estão conectados. Segundo o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)<sup>3</sup>, em pesquisa feita em 2017, as classes A e B tem fácil acesso à internet, com 99% e 93%, já as classes C, D e E tem média de 69% e 30% de acesso à rede. No Brasil, o acesso à internet consiste em 61% da população, conforme a pesquisa sobre uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros (TIC Domicílios), realizada em 2017.

Rede social se caracteriza pelo relacionamento entre membros de um sistema social. Na internet, isso pode acontecer com usuários de uma comunidade específica, mas independentemente de ser *on-line* ou *off-line*, o conceito se mantém. De acordo com Queila Souza, rede social *off-line* pode ser definida a partir de “indivíduos interconectados ligados entre si por meio de padrões de fluxos de informação” (2008, p. 194). Portanto, rede social é o encontro de pessoas unidas por um conjunto de relacionamento, seja indivíduo, grupo, organização ou país, desde que estejam em convivência social.

Adicionando o termo virtual, temos o relacionamento mediado por computador, que é o que conhecemos hoje. Então, rede social virtual baseia-se na rede de usuários que navega na internet, trocando informações através de seus computadores. Para Raquel Recuero, compreender o laço que nasce entre as pessoas e a comunicação via *Web* é necessário para, assim, entender como essas redes sociais virtuais surgem, já que essa “modifica a sociabilidade, influenciando a formação destas redes sociais” (p. 26, 2006).

Assim, nasce uma teia internacional de rede conectada e, com ela, os *sites* das redes sociais virtuais. Todavia, deve-se dar importância a fala de Pierre Lévy, que define o conceito como:

A palavra virtual vem do latim *medieval virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado, no entanto à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real, mas ao atual: virtualidade e

---

<sup>3</sup> Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2017. Disponível em: <https://cetic.br/tics/domicilios/2017/domicilios/A4/>. Acesso em: 8 set. de 2018.

atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes. (LÉVY, 1996, p.15)

No presente trabalho, o *site* de rede social será compreendido como parte do mundo virtual, ou seja, aquele veiculado à internet. O seu conceito surge junto da segunda fase da internet, a *Web 2.0*. Esta foi desenvolvida em 2005 por Tim O'Reilly para definir uma nova forma de comunicação existente no mundo cibernético. A partir de então, os usuários também poderiam ser criadores de conteúdo. Com isso, surge mais interesse das pessoas em utilizar a internet com os objetivos da *Web 2.0*: divulgação, expansão, compartilhamento de conteúdo *on-line* e maior interação entre usuários.

O movimento da *Web 2.0* começou em 2000 em um *blog*, o *Cluetrain Manifest*, feito por profissionais de publicidade, marketing e empresários que queriam inovar em seus campos de atuação com a internet depois de já estarem desgastados com a invasão da mídia de massa. Decididos que queriam a mudança, conversaram com seu público, que os ajudaram a entender as suas exigências em relação ao consumo de conteúdos na internet (ANTOUN, 2008).

O autor Andrew Keen (2009) vê a *Web 2.0* de outra forma em "O Culto do Amador", como algo que destrói a cultura ao invés de dar acesso através dela. Ele critica de modo negativo coisas como a facilidade no compartilhamento das coisas através da rede, afirmando que o consumidor está apenas sendo seduzido pela mídia acessível, que é simulada e ameaça a inteligência das próximas gerações.

A revolução da *Web 2.0* disseminou a promessa de levar mais verdade a mais pessoas – mais profundidade de informação, perspectiva global, opinião imparcial fornecida por observadores desapaixonados. Porém, tudo isso é uma cortina de fumaça. O que a revolução da *Web 2.0* está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo à nossa volta, em vez de análise profunda, opinião estridente, em vez de julgamento ponderado. O negócio da informação está sendo transformado pela internet no puro barulho de 100 milhões de blogueiros, todos falando simultaneamente sobre si mesmos (KEEN, 2009, p.19-20).

A crítica feita pelo autor é válida, mas a internet não é construída apenas disso e nem pode ser vista como completamente negativa ou positiva. É preciso lembrar o quando essa democratização e alcance da rede ajudou muito usuários.



Neste momento, ressaltamos que Henrique Antoun e Andrew Keen enriquecem o estudo, pois a *Web 2.0* permitiu o maior alcance de informações como também abriu espaço para vozes em diferentes contextos sociais quanto intelectuais. Consequentemente, surge uma nova ferramenta à comunicação.

André Telles, que estuda as redes sociais virtuais, crê que elas podem intervir diretamente em decisões. De acordo com o autor, 85% dos usuários de internet tem perfil em alguma comunidade social, sendo os brasileiros os segundos colocados no ranking de inscritos no YouTube, Google+ e Twitter. Com a chegada dos novos modelos de celular, os *smartphones*, “mais de 200 milhões de pessoas usam o Facebook em dispositivos móveis” (TELLES, 2011, p.8).

Conforme publicado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) de 2013<sup>4</sup>, os usuários de telefone celular aumentaram. O número foi de 115,4 milhões para 122,7 milhões, crescimento de 6,3%, considerando o grupo com 10 anos de idade ou mais. Os resultados reafirmam o que já é discutido sobre comunicação na contemporaneidade.

Esse relacionamento de participação na internet encaixa-se na *Web 2.0*, gerando convívio entre pessoas que desenvolvem certa atividade ou têm interesse em específico assunto. Essa comunidade é procurada pelos próprios consumidores, sem influência das mídias tradicionais, e quando as informações circulam é porque foram passadas diretamente pelos mesmos. (ANTOUN, 2008, p.14).

Em 1997, com o SixDegrees - *site* que permitiu a construção de um perfil, a conexão com amigos, troca de mensagens e outras listas -, inicia-se a febre dos *sites* de redes sociais, segundo Danah Boyd e Nicole Ellison (2007). O *site* encerrou os serviços em 2000, mas serviu para dar o pontapé das redes sociais virtuais. Antecessor a ele, tínhamos o ICQ, que oferecia apenas troca de mensagens para os usuários. A partir do ano 2000, surgiram diversos serviços de redes sociais como os que conhecemos hoje.

O Orkut foi a primeira rede social a se popularizar no Brasil, em torno de 2004, segundo André Telles. Desativado em 2014, segundo a própria plataforma, a comunidade chegou a ter 40 milhões de usuários inscritos, desses 52% brasileiros.

---

<sup>4</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 20 de ago. 2018.

Logo vieram sites como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram e outros, que foram se caracterizando com suas particularidades.

O sucessor do Orkut foi o Facebook, criado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes em 2005. A atual maior rede social do mundo chegou no Brasil em 2008 e em dois anos já era um dos 10 sites mais acessados pelos brasileiros.

Conforme publicado pelo próprio *site*, em 2017 foi completada a marca de dois bilhões de pessoas conectadas no Facebook mensalmente e, desses, 117 milhões de usuários ativos são do Brasil. Em 2012, o Hitwise com números disponibilizados pelos *Serasa Experian*<sup>5</sup> - *site* que teve parceria com o Facebook até março de 2018 e mostrava dados da rede social -, concluiu que o Facebook é líder entre as redes sociais mais visitadas no país. Comparando maio de 2012 e 2013, a comunidade teve 37,84% de participação e alta de 20,05% em relação ao ano anterior.

A evolução das redes sociais virtuais, para Danah Boyd e Nicole Ellison, definem uma mudança na organização dos grupos. A razão é devido as redes sociais existirem por estar em torno das pessoas, para as pessoas, deixando elas serem o centro da sua própria comunidade, seus amigos que estão conectados ali, absolutamente ao contrário da mídia tradicional.

Assim foi surgindo as características dessas redes, manifestando-se então um novo modo de viver. Hoje, esse modo possibilita que as redes sociais virtuais sirvam também como um meio de trabalho, para anunciar seus negócios, se inteirar das notícias do mundo e dos amigos, práticas inseridas no cotidiano dos usuários.

Entretanto, é preciso lembrar que isso não se estende a todos. O Brasil sofre com diferenças sociais e que se refletem em núcleos, pessoas que não têm acesso às informações oferecidas pela internet. Aqui, estudaremos a parcela da sociedade que já tem amplo acesso aos computadores, internet e redes sociais virtuais.

A comunidade digital hoje é receptora, transmissora e formadora de conteúdo. Nas redes sociais virtuais, elas criam esse vínculo de influência com seus vizinhos *on-line*, que podem ser amigos ou seguidores. Assim, forma-se de um novo modelo de sociedade.

---

<sup>5</sup> SERASA EXPERIAN. Disponível em [http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2013/noticia\\_01247.html](http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2013/noticia_01247.html). Acesso em: 20 ago. 2018.

## 2.1 O YOUTUBE

O YouTube foi lançado oficialmente em junho de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, três ex-funcionários do PayPal, *site* de pagamentos *online*. Eles queriam mostrar suas gravações caseiras para a família e amigos, mas não havia *site* para isso. Na época, poderiam somente utilizar o *e-mail* para enviar vídeos, o que demorava muito. O *site* direcionado ao compartilhamento de vídeos deu aos usuários uma plataforma de fácil acesso, permitindo o envio de suas próprias filmagens, assistir a outras e também compartilhar essas em outros lugares (BURGESS; GREEN, 2009). Confirmando sua fama desde o início, em pouco mais de um ano de *site*, a Google o comprou por 1,65 bilhões de dólares em outubro de 2006. Sendo assim, pode-se concluir que o YouTube teve seu reconhecimento e sucesso já no começo devido ao uso simples da ferramenta, ou seja, sem a necessidade de conhecimentos específicos de computação.

A primeira proposta desse *site* de rede social foi valorizar a democratização da distribuição do audiovisual amador, acontecendo assim uma bifurcação entre produtores e consumidores. Como afirma Burgess e Green (2009), dando jus ao seu slogan, “*Broadcast Yourself*” ou no português “transmita-se”, o compartilhamento dos vídeos postados no *site* em outras páginas o ajudaram no maior número de usuários. Já que assim ele é alcançado por outras audiências, essas acabam sendo levadas para o YouTube. É interessante, aliás, afirmar que as mídias tradicionais começaram a se sentir ameaçadas com o uso do *site*, mas há um fato que se sobrepõe a isso, a diversidade de conteúdo e os infinitos usos que podem ser feitos se instalaram na rotina das pessoas.

Conforme explicado, para quem quiser acessá-lo, basta entrar no site. Para os que querem mais serviços disponíveis, basta criar uma conta no Google, usá-lo como login e, em poucos cliques, está pronto para enviar seus próprios vídeos, se inscreva nos canais que tem interesse de acompanhar e interagir através dos comentários nesses perfis e também pode criar suas playlist. É interessante, aliás, afirmar que o Brasil está em segundo lugar no ranking mundial de horas assistidas no site, conforme publicado pelo YouTube Insights de 2017<sup>6</sup>, mas um fato que se

---

<sup>6</sup> Youtube Insights 2017. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/>. Acesso em: 11 de jul. 2018.

sobrepõe a isso é que 59% dos usuários brasileiros acredita que é melhor ficar atualizado pela plataforma do que vendo notícias e 46% concordam que assistem a programas de televisão através do site. Mesmo assim, não parece haver razão para que, como citado anteriormente, precise de resistência de outras mídias, devido ao medo do novo. É sinal de que há com esse fato, enfim, uma popularização de diversos serviços que podem ser oferecidos através dele ou, porque não, cruzar esses com outras mídias.

O YouTube pode ser entendido como plataforma de distribuição, podendo popularizar os produtos da mídia tradicional, desafiando o alcance promocional que a mídia de massa está acostumada a monopolizar. Ao mesmo tempo, ele também é uma plataforma de conteúdos criados por usuários, surgindo desafios à cultura comercial popular, sejam eles serviços de notícias criados por usuários ou formas genéricas como o *vlogging* – formato de vídeo em que é mostrado o cotidiano do criador, que por sua vez podem ser assimiladas e exploradas pela indústria de mídia tradicional (BURGESS; GREEN, 2009, p. 24).

Isso aconteceu e acontece de fato, tanto que alguns desses usuários acabaram se tornando famosos na comunidade do YouTube e até extrapolando os limites da Internet, partindo para a mídia *off-line*. Exemplo disso é a YouTuber Kéfera Buchmann, do canal 5inco Minutos<sup>7</sup>. Hoje, Kéfera já escreveu livros, teve sua própria peça, seu próprio filme e é atual atriz da Globo.

O que inicialmente era proposto para ser um *site* de rede social de produção de conteúdo para pessoas fora da mídia tradicional chamou tanta atenção que passou a tê-los também no YouTube. Como o canal da televisão brasileira por assinatura GNT, que aderiu seu canal no site, oferecendo conteúdos exclusivos de alguns de seus programas. Sendo assim, é importante analisar o que acontece na ferramenta líder no serviço de compartilhamento de vídeos na internet, bem como ter a tarefa de pensar sobre os possíveis usos feitos dela.

---

<sup>7</sup> Informações tiradas do canal Kéfera Buchmann. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/5incominutos>. Acesso em: 30 ago. 2018.

## 2.2 CULTURA PARTICIPATIVA

Com a difusão da internet e redes sociais virtuais, a participação *on-line* dos usuários foi aumentando gradativamente. Além de consumir, ele foi aumentando sua produção de conteúdo e também o compartilhando seu conteúdo e de outros. Chamado de cultura participativa, o conceito é baseado nesse relacionamento criado na internet.

[...] é um termo geralmente usado para descrever a aparente ligação entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo gerado por usuários e algum tipo de alteração nas relações de poder entre os segmentos de mercado da mídia e seus consumidores. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 28)

Citada amplamente na internet, a cultura participativa faz referência ao compartilhamento do conteúdo na *Web*, seja texto, foto, vídeo, música, etc. Através da internet, essa cultura ajuda a esses diversos conteúdos se espalharem pelo mundo.

Os autores Lemos e Cunha (2003) acreditam que na *World Wide Web* estamos vivendo uma “incubadora de instrumentos de comunicação” e dentro dela acabamos vivendo sem “controle de conteúdo”. Afirmam:

A liberação do pólo da emissão está presente nas novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e na opinião e movimentação social da rede. Assim, chats, web blogs, sites, listas, novas modalidades midiáticas, e-mails, comunidade virtuais, entre outras formas sociais, podem ser compreendidas por essa segunda lei (LEMOS; CUNHA, 2003, p.8-9).

Para elucidarmos, o público televisivo e do rádio era considerado erroneamente como espectadores ou ouvintes passivos, pois não participavam do processo de criação de conteúdos para essas mídias. Pode-se afirmar que com a internet o conceito muda para usufruidor, que pode ativamente interferir desde a criação ao compartilhamento de conteúdo.

Para Henry Jenkins (2009), todos os usuários participam e interagem nesse mundo virtual, sendo assim a cultura participativa vai contra a passividade que há nos meios de comunicação de massa tradicionais. Ou seja, não há diferenciação entre criador e consumidor. É preciso “considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras” (JENKINS, 2009, p. 28).

Além da participação efetiva dos usuários, o que também ganha foco é a identidade que os novos espectadores tomam frente às discussões, mostrando sinceridade, já que todas as pessoas dessa comunidade *on-line* podem expor sua opinião, assim como receber a ideia do outro.

O fato é que a questão da criatividade pessoal [...] adquiriu uma dimensão inédita, cuja importância não escapa aos atores do mundo da arte, da cultura, da informação, da publicidade, diante da emergência de criadores que agora dispõem não só de meios novos para criar, mas também para se fazer conhecer (LIPOVETSKY, 2009, p. 290).

Mais uma propriedade da cultura participativa, que cada vez fica mais notável, principalmente nas redes sociais virtuais, é o neoindividualismo. Chamado desta forma por ser é o individualismo da vida pessoal compartilhado para diversas outras pessoas, que conseqüentemente também utilizam as redes sociais virtuais para esse tipo de compartilhamento.

Um mundo inteiro conectado na internet através de seus computadores ou dispositivos móveis, na mesma rede social virtual, com uma vasta lista de amigos, acompanhando páginas de seus interesses, debatendo assuntos com usuários que possuem o mesmo interesse, mas ainda assim pensando individualizado.

Para Lipovetsky (2009) “o neoindividualismo significa liberação da vida privada [...]. Ele coincide com a soberania triunfal do sujeito [...]. Ele é sinônimo de massificação, mas também de personalização dos comportamentos.” Simultaneamente, surge o que o autor denomina de “obsessão narcisística”. Segundo ele:

o neoindividualismo se apresenta como obsessão narcisística, interrogação e cuidado de si, exigência de autenticidade e de comunicação intimista [...]. Nesse contexto, a cotidianidade da vida e os meandros do Eu existencial é que são buscados e valorizados. A singularidade de cada um, o miúdo da vida como ela é, tornam-se matéria a filmar, refletir e amar (LIPOVETSKY, 2009, p.148-149).

Andrew Keen denomina como egocasting a necessidade de notoriedade. Mas tem opinião diversa de Lipovetsky quando afirma:

Na internet da autopublicação de hoje, ninguém sabe se você é um cachorro, um macaco ou o Coelhoinho da Páscoa. Isso porque todos os outros estão ocupados demais egocasting, imersos demais na luta darwiniana por notoriedade para dar ouvidos a qualquer outra pessoa. Mas não podemos lançar a culpa por esse triste estado de coisas em alguma outra espécie. Nós, seres humanos, monopoli-

zamos as luzes da ribalta nesse novo palco da mídia democratizada. Somos simultaneamente seus escritores, seus produtores, seus técnicos amadores e, sim, seu público amador. [...] agora é a plateia que está dirigindo o espetáculo (KEEN, 2009, p. 36).

É fato que isso aconteceu muito no início do envolvimento dos usuários na internet, mas a partir disso, muitos conseguiram ter iniciativas melhores de como aproveitarem seu espaço *on-line* de maneira melhor. Como veremos mais na frente, a YouTuber Nátaly Neri sentiu a necessidade de criar seu próprio conteúdo na internet já que não encontrava sobre os temas de fala antes disso.

Neste sentido, os autores Burgess e Green (2009) afirmam que outrora preocupava-se com o ingresso da população à tecnologia, exatamente pela questão de desigualdade ao acesso do mundo virtual. Firmando-se no conceito barreira digital, apesar disso, o enfoque tomou outra direção agora, “deram lugar a questões sobre inclusão digital e a participação” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 98).

Jenkins (2009) descreve a dificuldade que ele acaba chamando como lacuna participativa:

Cada vez mais a exclusão digital está causando preocupações a respeito da lacuna participativa. Durante todos os anos 1990, a questão principal era o acesso. Hoje, digamos que a maioria dos americanos tem algum acesso limitado à Internet, embora para muitos seja através da biblioteca pública ou da escola local. [...]. Enquanto o foco permanecer no acesso, a reforma permanecerá concentrada nas tecnologias; assim que começarmos a falar em participação, a ênfase se deslocará para os protocolos e práticas culturais (JENKINS, 2009, p.52).

Participar expandiu-se para se tornar primordial e cotidiano. A comunidade contemporânea quer expor seus ideais, sugerir propostas, mostrar suas características, viagens, festas e toda a vida. Viver a cultura participativa é ter controle, por mais que isso possa não ser uma verdadeira, sobre os novos meios de comunicação, sobre as redes sociais e o conteúdo que circula entre elas. Dentro desse novo contexto de cultura, está o YouTube, que carrega em sua estrutura os conceitos de rede social, neoindividualismo, narcisismo e participação.

## 2.3 O YOUTUBER

Youtuber é o nome dado às pessoas que transformaram em trabalho monetizado o seu compartilhamento de conteúdo na rede social virtual YouTube. O que pode ter começado para alguns como uma forma divertida de compartilhar algum conhecimento de modo informal e divertido para amigos, virou um entretenimento maior para os espectadores que passaram a acompanhá-los em seus canais. Muitos alcançaram um sucesso e passam a ter contrato com empresas, fazendo publicidade e ganharam uma legião de admiradores.

No YouTube, caso queira ser um criador de conteúdo, basta criar a conta e fazer upload do seu vídeo ou fazer sua transmissão ao vivo. Para quem quiser apenas assistir, não é preciso criar uma conta, porém criá-la possibilita se inscrever nos canais que tiver interesse, interagir com o YouTuber e outras pessoas nos comentários e também seguir playlist ou criar as suas próprias. É possível encontrar conteúdo sobre moda, viagens, humor, *geek*, esporte, *games*, cinema, até sobre a própria plataforma e entre outros assuntos. Conforme o nicho e o engajamento do público, o YouTuber vai crescendo na plataforma. Segundo o próprio YouTube, com a nova diretriz do site para monetizar, alterada em 2018, quando o canal receber mil inscrições de usuários e atingir 4 mil horas assistidas, ele pode solicitar a monetização ao suporte do YouTube. Esta funciona por CPM (custo por mil), ou seja, a cada mil visualizações de um vídeo, a pessoa irá ganhar o valor pago pelo anunciante, que varia entre dois a cinco dólares. O ganho é feito pelo Google AdSense.

Essa é a forma de rentabilizar através do próprio YouTube. Fora isso, há como o YouTuber ter ganhos com publicidades linkadas por ele no seus vídeos, o que seria um ganho por fora. Essas publicidades podem ser negociadas através de permuta, quando o YouTuber ganha os produtos de uma empresa e compartilha sua opinião em vídeo, ou por porcentagem da venda do produto, feita através de links fora da rede social virtual, ou também quando a marca paga para ele fazer o vídeo falando do produto. Conseqüentemente, a publicidade é feita no canal, mas pode acabar saindo do YouTube, direcionando-se para outras plataformas, como sites das marcas que pagaram a publicidade ou até mesmo para outras redes sociais virtuais, como o Instagram.



A própria plataforma de vídeos, hoje, instiga os seus criadores de conteúdo na página YouTube *Creators*<sup>8</sup>, espaço de estudo para os YouTubers descobrirem o que precisam para se inspirarem, interagirem e terem sucesso, como o próprio site diz. Conforme o destaque que vão ganhando, o YouTube direciona-os para possíveis anunciantes que se encaixem no perfil. Também promovem eventos *off-line*, no YouTube Space, espaço feito para os criadores onde eles podem ter acesso há muitos cenários para gravar, e concursos com premiações que dão patrocínio para eles investirem em seus canais.

É claro que o YouTuber só consegue alcançar tamanho sucesso e tornar-se uma celebridade devido ao seu público. Isso se deve ao engajamento, estratégia que antes era adotada apenas pelas marcas, que consiste em ganhar inscritos através de um bom número de curtidas, comentários e compartilhamentos de seus vídeos (TOALDO; RODRIGUES, 2015). É ele que vai ajudar os anunciantes a escolherem fazer a publicidade com aquele criador de conteúdo. Quanto maior o público do YouTuber e mais participativo do canal, maiores as chances de um retorno financeiro para os anunciantes que contrataram este criador de conteúdo.

Ser YouTuber tornou-se rentabilizar seus vídeos. Para alguns, a criação do conteúdo importa mais se houver estudos nos assuntos tratados, ou que promova um maior conhecimento de determinado tema e principalmente que o efeito dele seja propor uma reflexão no espectador, que é o caso de Nátaly Neri, a YouTuber escolhida para o presente estudo.

---

<sup>8</sup> Site YouTube Creators. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/>. Acesso em 30 de ago. 2018

### 3 O FEMINISMO E A MULHER NEGRA

Neste capítulo, será feita a abordagem do gênero, feminismo e empoderamento negro. A contextualização passará pelos principais momentos históricos e trazendo pautas e valores que marcam cada um desses momentos. Nele, também será abordado especificamente o movimento negro feminista e seus conceitos. Além disso, trazemos como é feita a representatividade negra na internet e como ela se articula na contemporaneidade. Para tanto, abordamos a questão do empoderamento negro, que está muito presente nos vídeos de Nátaly Neri para esta discussão.

#### 3.1 O FEMINISMO

Para falarmos sobre a mulher negra e seu empoderamento, antes é preciso contextualizar o início da luta de todas as mulheres, ou seja, negras e brancas. No século XIX, no decorrer das Revoluções Liberais, Francesa e Americana, com as motivações antifeudais e a favor da emancipação dos indivíduos, surge o feminismo como movimento social.

Inicialmente, o movimento tinha à sua frente de luta as mulheres privilegiadas e com estudos. Com o estímulo da existência de um lugar que privilegiasse a ascensão social, essas mulheres lutaram inicialmente pelos direitos sociais e políticos. As mulheres britânicas e europeias conquistaram o direito de voto em seguida, no século XIX, garantindo-as o poder de voto em eleições políticas. Porém, as mulheres da Nova Zelândia já puderam exercer o poder de voto, em 1893, e as finlandesas, em 1906. Na Grã-Bretanha, o movimento ganhou o direito de voto logo após a Primeira Guerra Mundial. (ALVES, 1980)

Nos anos de 1950, o direito eleitoral determinou a primeira onda do feminismo. Agora, mulheres votam e também podem ser eleitas. Posteriormente as reivindicações a serem exigidas foram o direito à educação com ingresso ao ensino superior, o direito econômico com garantia à mulher o trabalho remunerado e fora do ambiente domiciliar e a igualdade no casamento.

No Brasil, o direito ao voto pelas mulheres é conquistado em 1934. A luta pelos direitos políticos acontece a partir de uma brecha na Constituição de 1891, que

não proibia o voto das mulheres. Para Pinto (2003), falha aconteceu porque homens não pensavam que indivíduos como as mulheres teriam a capacidade de fazerem suas escolhas. Neste período, quem fazia o movimento feminista eram mulheres da elite, o que não permitiu o direito do voto a todas as mulheres de todas as classes.

A segunda onda do feminismo surge em 1960, e traz consigo o empoderamento do corpo e sexualidade da mulher. A batalha, neste momento, é pelo surgimento de um método seguro de contracepção: a pílula anticoncepcional, promovendo o direito e controle a elas mesmas da escolha de quantos filhos desejam ter.

Com o livro “O Segundo Sexo” de 1949, da autora Simone de Beauvoir, questionamentos sobre gênero começaram-se a serem feitos. A obra virou símbolo do feminismo. Para Pedro (2013), o momento fez com que fosse repensado o significado do sexo para mulheres, o machismo e o patriarcado.

Para o Brasil, o feminismo se fortalece com a ajuda do movimento hippie, onde haviam jovens mais contestadores do que em décadas anteriores. Assim surgiram grupos informais, ou seja, sem a bandeira do feminismo a frente, em que as mulheres podiam construir sua luta sem serem censuradas pelo regime militar da época.

O movimento feminista ganhou maior visibilidade no Brasil no ano de 1975, nominado o Ano Internacional da Mulher, fase em que as mulheres lideraram movimentos populares e democráticos. A potência da luta dessas até a promulgação da Constituição Federal de 1988 foi essencial para as conquistas adquiridas dentro da sociedade brasileira. Conquistaram o reconhecimento de seus direitos individuais, familiares e sociais e se tornaram crimes a violência doméstica e o racismo (SOARES, 1994). Ao fim da ditadura, as mulheres começaram a preencher também os espaços políticos e acadêmicos em busca de assuntos como violência de gênero e saúde da mulher.

É importante observarmos a empregabilidade e a remuneração mais qualificada para as mulheres após esse período, que fez com que gerasse independência financeira e liberdade de escolhas para elas, ressalta Pinsky (2013). A imagem da mulher que viverá para o casamento deu lugar para a de “sou dona do meu próprio corpo”. Em 1990, a mulher passa a também ser vista como trabalhadora, mas continua com seu dever de mãe. Isso porque por mais que tenha sua carreira profissio-

nal, ela continua com as obrigações domésticas, muitas vezes sem a ajuda do companheiro, e por mais que ocupe o mesmo posto e/ou carga horário do colega que é homem, seu salário é inferior ao dele.

O feminismo é responsável de mostrar a importância das mulheres na sociedade e pensar na diferença entre gêneros. Lembremos que até aqui as mulheres que alcançam os interesses do feminismo eram mulheres brancas, heterossexuais e de poder aquisitivo alto. Mulheres negras, de menor poder aquisitivo e não heterossexuais ainda estavam fora do movimento já que a luta não as contemplava. (HOOKS, 2015)

A terceira onda surge com força nas mulheres feministas acadêmicas que iniciam a discussão sobre gênero e sexo, que não seriam a mesma coisa. A autora Nicholson (2000, p.10), define que gênero tem origem a partir de dois pensamentos ocidentais modernos “o da base material da identidade e da construção social do caráter humano”. Segundo ela (2000), o fortalecimento feminista surge em 1960, após as pessoas compreenderem o significado desses conceitos.

Dessa forma há uma ajuda que desconstrói a universalidade do termo feminino. Surge o questionamento: quem é o sujeito feminino?

A categoria de gênero, usada primeiro para analisar as diferenças entre os sexos, foi estendida à questão das diferenças dentro da diferença. A política de identidade dos anos 80 trouxe à tona alegações múltiplas que desafiaram o significado unitário da categoria “mulheres”. Na verdade, o termo “mulheres” dificilmente poderia ser usado sem modificação: mulheres de cor, mulheres judias, mulheres lésbicas, mulheres trabalhadoras pobres, mães solteiras, foram apenas algumas das categorias introduzidas. Todas desafiavam a hegemonia heterossexual da classe média branca do termo “mulheres”, argumentando que as diferenças fundamentais da experiência tornaram impossível reivindicar uma identidade isolada. (SCOTT, 1992, p.87)

A reflexão de Scott nos ajuda a entender a mudança que acontece no feminismo, já que agora pode-se pensar que a obra de Simone de Beauvoir apesar de contemplar muitas mulheres, algumas especificidades não foram problematizadas em sua obra. A partir de 1960, o movimento feminista ganha diferenciações dentro da categoria, entendendo a diferença que seu posicionamento na sociedade, como a questão socioeconômica e raça.

Logo, algumas das mulheres negras americanas e de classe baixa começaram a entender mais como o feminismo poderia ajudá-las na luta diária em que viviam pela diferenciação de gênero e raça.

Como Friedan, antes delas, as mulheres brancas que dominam o discurso feminista atual raramente questionam se sua perspectiva sobre a realidade da mulher se aplica às experiências de vida das mulheres como coletivo. Também não estão cientes de até que ponto suas perspectivas refletem preconceitos de raça e classe, embora tenha havido uma consciência maior sobre esses preconceitos nos últimos anos. O racismo abunda nos textos de feministas brancas, reforçando a supremacia branca e negando a possibilidade de que as mulheres se conectem politicamente cruzando fronteiras étnicas e raciais. (HOOKS, 2015, p.195)

Bell Hooks (2015), em *“Ain’t I a Woman? Black woman and feminism”*, tem como o tema central uma discussão sobre a posição do feminismo e seus lugares sociais e, em principal, o das mulheres negras. No livro, Hooks fala sobre a diferente trajetória feita pelas negras, os questionamentos com o machismo e opressão de gênero, coisas não enfrentadas pelas mulheres brancas. Hooks ilustra a situação com o exemplo de Sojourner Truth, uma ex-escrava que viveu de 1797 a 1883 e se tornou oradora política. Na época, Truth atuava no movimento feminista para ajudar mais mulheres negras na luta.

Práticas como essa foram ficando do reconhecidas como feminismo negro, mas algumas estudiosas não abraçaram o termo. Para Hooks, isso é só feminismo e nele é preciso entender que há diferenças importantes de serem compreendidas entre as mulheres e afirma: “É essencial para a continuação da luta feminista que as mulheres negras reconheçam o ponto de vista especial que a nossa marginalidade nos dá e façam uso dessa perspectiva para criticar a hegemonia racista, classista e sexista dominante e vislumbrar e criar uma contra-hegemonia” (HOOKS, 2015, p.208).

A partir daqui, as mulheres começaram a entrar num processo de se reconhecerem dentro da sociedade e grupos. Esse encontro ajuda a essas mulheres se sentirem pertencentes a um grupo de pessoas, que juntas, saberão traçar e fazer o seu caminho de luta na sociedade. Assim, conseguirão direcionar suas ações na busca pela melhoria da condição social, econômica e política sua e de seus pares.

### 3.2 SOBRE IDENTIDADES

Na discussão sobre o feminismo e o feminismo negro, que será feita no próximo, tópico, entra a compreensão das diferentes formas de identidade. Para Stuart Hall (2005), gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que, já foram referenciais consistentes para o sujeito, agora estão dividindo-se, proporcionando um deslocamento do mesmo.

Segundo o autor, há uma progressiva transformação de identidades e a partir do século XX. Essas identidades modernas estão se movendo para diferentes lugares. Isso acontece devido a identidade cultural, geralmente desenvolvida entre um sujeito junto de uma estrutura da sociedade, estar se desmembrando, nascendo delas várias outras identidades, essas também podem ser identidades contraditórias.

Essa mudança acaba mudando do mesmo modo a identidade pessoal desses indivíduos, desorganizando o que já foi entendido de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentralização do sujeito. Essas mudanças - descentralização dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmo - constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo. (HALL, 2005, p.9)

Aliado a uma sociedade com mais acesso a informações diversas e complexas, o avanço da tecnologia e indústria cultural tem impacto dentro dessas mudanças de identidade pessoal de acordo com o contexto cultural e social. Assim, se proporciona maior troca entre grupos diferentes da sociedade, principalmente com a ajuda das redes sociais que dá voz e visibilidade diferentes pessoas e movimentos, que alcançam mais públicos.

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado (Hall, 2005, p.7)

Hall explica que conforme os sistemas de significação e representação cultural multiplicam, nós também assumimos identidades diferentes para se encaixar com as identidades que estão ao redor. Para ele, a identidade que acreditamos ser unificada é uma identidade fantasia, já que “somos confrontados por uma multiplici-

dade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar” (2005, p.13).

Uma ruptura do presente com o passado foi instaurada. Apesar dos padrões históricos, aqueles criados por pessoas anteriores mas que continuaram sendo impostos para os que vieram após, a quebra dele ajudou a liberar receios e os sujeitos a externalizar identidades de alguns sujeitos da sociedade. Os movimentos sociais foram os maiores apropriadores de novas identidades. As identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação. As culturas nacionais, ao produzir sentido, constroem identidades. As nações são sempre compostas de diferentes classes sociais e diferentes grupos étnicos e de gênero.

É ainda mais difícil unificar a identidade nacional em torno de raça. Em primeiro lugar, porque a raça não é uma categoria biológica ou genética que tenha qualquer validade científica. Há diferentes tipos e variedades, mas eles estão tão largamente dispersos no interior do que chamamos de “raças” quanto entre uma “raça” e outra. A diferença genética - o último refúgio das ideologias racistas - não pode ser usada para distinguir um povo do outro. A raça é uma categoria discursiva e não uma categoria biológica. Isto é, é a categoria organizada daquelas formas de falar, daqueles sistemas de representação e práticas sociais (discursos) que utilizam um conjunto frouxo, frequentemente pouco específico, de diferenças em termos de características físicas - cor da pele, textura do cabelo, características físicas e corporais, etc.- como marcas simbólicas, a fim de diferenciar socialmente um grupo de outro (HALL, 2005, p. 62,63).

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

Podemos caracterizar aqui a proposta que Nátaly Néri viu ao poder criar seu próprio conteúdo na internet, levando para mais usuários o conhecimento de negritude e feminismo através do seu canal Afros e Afins. Portanto, para refletirmos sobre o objetivo geral deste trabalho, que é a compreensão do feminismo e a representatividade negra, nos guiaremos por esses estudos para tratar do assunto.

### 3.3 O FEMINISMO NEGRO

Quando estudada a história da mulher negra vê-se que esta é, infelizmente em muitos momentos, esquecida. Apesar disso, com seu afincado por conquistar maiores direitos, o resultado da união dessas mulheres na luta pelo movimento feminista foi gerando melhores condições na sociedade para aquelas que tomavam conhecimento do movimento.

Afirmamos que a mulher negra é esquecida porque, desde a antiguidade até hoje, ela está na base da discriminação, primeiro, gerada pela desigualdade racial entre brancos e negros; segundo, gerada pela condição de gênero (MOREIRA, 2016). Consequentemente, mulheres têm maiores dificuldades no momento de se inserirem na sociedade, por exemplo no mercado de trabalho. Porém, mulheres negras ainda ficam atrás das mulheres brancas e precisam desenvolver habilidades em como ultrapassar essas barreiras e manter-se com sua saúde mental saudável para sobreviver ao racismo nos ambientes em que vivem.

A autora Angela Davis (2017) conta em seu livro “Mulheres, cultura e poder” que, em 1895, nos Estados Unidos, cerca de cem mulheres negras se uniram para dar início a uma organização nacional de um coletivo para mulheres negras. O objetivo geral do grupo foi a defesa ideológica e militante das mulheres negras contra os danos gerados pelo racismo. Logo em seguida, 1896, com o lema “Erguendo-nos enquanto subimos” nasceu a Associação Nacional das Agremiações de Mulheres de Cor.

Do mesmo modo, o movimento feminista das mulheres negras sofria o preconceito de classe no século XIX. As sufragistas, mulheres que lutaram pelo direito ao voto, questionavam porquê seus apelos às mulheres da classe trabalhadora na questão do voto eram frequentemente recebidos com indiferença.

Por mais essencial que a igualdade política fosse para a campanha mais ampla pelos direitos das mulheres, aos olhos das trabalhadoras afro-americanas isso não era sinônimo de emancipação. O fato de que as estratégias de luta se baseavam conceitualmente na condição específica das mulheres brancas e privilegiadas colocava tais estratégias em desacordo com as percepções de empoderamento das mulheres da classe trabalhadora. (DAVIS, 2017, p.16)

Para as mulheres negras americanas, conquistar o voto não tinha tamanha importância do que a situação econômica que viviam. Então começaram a busca



por melhores trabalhos e salários tornou-se a luta para todas mulheres do movimento. Porém, o trabalho já fazia parte da vida de mulheres negras.

Mesmo após o movimento alcançar seus direitos traçados, as mulheres negras continuaram fazendo seu trabalho como escravas, no campo ou assumindo algumas funções domésticas para famílias brancas, igual ao que já faziam na escravidão. As poucas que conseguiram uma contratação no mercado da indústria ocupavam os trabalhos mais indignos e de menor remuneração salarial. Muitas sofriam abusos sexuais de seus chefes. Desta maneira, a exploração da vida das mulheres negras continuava.

Contextualizando esse momento, Davis (2017) declara que as mulheres brancas não conseguiram compreender a importância do estabelecer um bem-estar social para assim tornar uma luta mais abrangente para todas as mulheres e seus direitos.

Sem dúvida, as mulheres brancas deveriam se sentir compelidas a prestar seu apoio às nossas lutas, mas se elas não entenderem como suas causas se beneficiam substancialmente das vitórias das mulheres de minorias étnicas, elas podem cair de modo inadvertido nas armadilhas ideológicas do racismo, mesmo que tentem honestamente contestar as instituições racistas. As mulheres brancas que trabalham com a ilusão de que apenas com a sua ajuda as 'pobres irmãs negras' poderão sair da situação de privação – como se precisássemos de uma Grande Irmã Branca Salvadora – são presas das atitudes racistas vigentes, e seu ativismo pode se mostrar mais prejudicial do que benéfico à nossa causa. As ativistas brancas do movimento de mulheres vítimas de violência devem estar especialmente atentas às implicações racistas de suas atitudes, que elas podem não perceber, mas às quais as mulheres de minorias étnicas são altamente sensíveis. (DAVIS, 2017, p.36)

Desta forma, nota-se que por mais que o movimento feminista tenha sido para unificar as mulheres na luta pelos seus direitos, a diferença entre brancas e negras fez com que ainda existisse uma desigualdade racial no grupo, não as unificando-as. Para as mulheres negras a dificuldade enfrentada era de peso maior, já que precisavam combater juntas o racismo.

A autora menciona uma pirâmide que divide as questões de luta do movimento feminino. No topo estão as brancas, que são as mulheres da burguesia, logo depois vêm as da classe média e por último as da classe trabalhadora, onde estão localizadas as mulheres negras na maioria das vezes. Portanto, quando alcançada uma vitória pelas mulheres da burguesia, os privilégios conquistados serão apenas

dessas que estão no topo, porque dificilmente aquilo atingirá quem está na base da pirâmide.

Então, se analisarmos o lema da Associação Nacional das Agremiações de Mulheres de Cor, “Ergue-nos enquanto subimos”, podemos traduzir para o que muitas feministas na contemporaneidade defendem, que é a fala: “uma sobre e puxa a outra”. Assim, há o compromisso de garantir que, seja a posição que ela estiver, ela vai trazer as outras para acompanhá-la e garantir o progresso do movimento.

Davis (2017) aponta que pensamentos como esse refletem as aspirações e os interesses de todas mulheres negras. Mulheres essas que se preocupam com si e com sua irmã negra igualmente, uma vez que essas mulheres são reduzidas a invisibilidade e caso não lutem contra isso, continuarão numa escravidão mascarada (DAVIS, 2017). É a partir desses acontecimentos que a filósofa refere-se a terceira onda do feminismo, em 1980, devido a contribuição das mulheres negras americanas no movimento.

Em paralelo, no Brasil surge a fundação Movimento Negro Unificado. A instituição dá suporte à luta contra o racismo no país. Uma das maiores conquistas foi o resgate de memória do líder negro Zumbi dos Palmares, fazendo o dia de sua morte, 20 de novembro, o Dia Nacional da Consciência Negra, que hoje é considerado feriado em algumas cidades do Brasil.

Durante a ditadura militar no Brasil, os movimentos acabaram se desarticulando devido a vigia dos órgãos de repressão, já que discutir publicamente assuntos como esse foram banidos. A partir dos anos 1980, com um novo período de democracia vivido, surgem diversos movimentos negros pelo Brasil, de homens e mulheres. O movimento feminista também se reestruturou, porém não deu atenção para as particularidades das feministas negras, que sofrem a discriminação de gênero e raça. Sendo assim, se repetiu o fato de a luta do coletivo beneficiar apenas as mulheres brancas. O movimento negro também acabou esquecendo de colocar a questão de gênero das irmãs negras em seus manifestos. (RAIMUNDO, GEHLEN, ALMEIDA, 2008)

Em “Movimento negro brasileiro: história, tendência e dilemas contemporâneos” (2008), o autor Petrônio Domingues conta que, a partir da ausência de espaço, as mulheres negras feministas brasileiras começaram a fundar seus próprios coletivos “como o Geledes, em São Paulo; a Criola, no Rio de Janeiro; a Nzinga,

Coletivo de Mulheres Negras de Belo Horizonte; a Associação das Mulheres Negras, de Porto Alegre” (p. 104). Em pesquisa feita pelo Núcleo de Estudos Interdisciplinares do Negro Brasileiro<sup>9</sup> (NEINB/USP), no período de 1990, foram registradas a existência de mais de mil e trezentas entidades engajadas no movimento.

Para Davis (2017), os assuntos que atentam as mulheres negras e necessitam que sejam tratados devem ser incluído em pauta, mas o racismo acaba dividindo os movimentos feministas. Em seu outro livro, “Mulheres, raça e classe” (2016), a autora fala que até mesmo as mulheres brancas trabalhadoras não estavam sendo representadas pelo movimento. As mulheres brancas da burguesia que estavam no topo, por mais que fizessem esforço para fazer um coletivo, oprimiam também as que estavam abaixo na pirâmide.

Mais uma análise feita por Angela Davis é a pobreza, já que isso só se tornou pauta no movimento feminista depois de atingir as mulheres brancas. Enquanto isso, mulheres negras já conheciam a situação de perto há um tempo, desde a escravidão. Junto a isso, a autora conclui que as mulheres negras se tornaram mães mais cedo do que as mulheres brancas devido a questão econômica e falta de acesso aos métodos contraceptivos.

Pela maior dificuldade econômica, mulheres negras começaram a trabalhar antes e mais do que as brancas. Símbolo da interseccionalidade, aqui sexista e racista, que é a discussão sobre o reconhecimento das formas de injustiça que acontecem devido a questão de gênero e também de raças, etnias e religiões. Mesmo que não fosse mais período de escravidão, mulheres negras continuaram a prestar serviços domésticos, porque foi a ocupação que restou para elas. Relatos contam que a empregada doméstica negra tinha direito de apenas uma tarde a cada duas semanas para visitar sua família, se é que ela conseguiria visitá-los, devido a distância que enfrentava longe de sua família, já que moravam onde trabalhavam. Também corriam o risco de serem abusadas sexualmente pelo patrão e escolhiam manter o silêncio pois só assim conseguiriam ajudar as suas famílias.

No Brasil, para compreender o feminismo negro, a pesquisadora Claudia Pons Cardoso faz referência a Lélia González, falecida em 1994, que acreditava

---

<sup>9</sup> Pesquisa feita pelo Núcleo de Estudos Interdisciplinares do Negro Brasileiro. Disponível em: [http://www.usp.br/neinb/?page\\_id=129](http://www.usp.br/neinb/?page_id=129). Acesso em: 27 out. 2018.

que os estudos feministas do Brasil e outros latino-americanos não aprofundam o assunto de raça. Para ela, os princípios feministas devem envolver a luta contra o racismo e o sexismo.

O movimento de mulheres negras brasileiro colocou raça em evidência, revelando o racismo e as desigualdades raciais como determinantes no processo de opressão, discriminação e exclusão da população negra, de modo geral, e, em especial, das mulheres negras, quando o racismo vem articulado com o sexismo. Esta atuação das mulheres negras obriga o movimento feminista branco e hegemônico a incluir raça em suas abordagens, mas, no entanto, a inclusão está longe de significar uma mudança epistêmica, pois raça continua sendo tratada tangencialmente (GONZÁLEZ *apud* CARDOSO, 2014, documento digital).

A mesma afirma que no Brasil há poucos estudos de gênero, raça e o efeito de deles na vida das mulheres. As mulheres feministas negras sempre colocaram em pauta a discriminação racial e o sexismo dos homens brancos e negros. Para González, estudos que ocultam a realidade da mulher negra e indígenas são maioria.

Apesar das poucas e honrosas exceções para entender a situação da mulher negra [...], poderíamos dizer que a dependência cultural é uma das características do movimento de mulheres em nosso país. As intelectuais e ativistas tendem a reproduzir a postura do feminismo europeu e norte-americano ao minimizar, ou até mesmo deixar de reconhecer, a especificidade da natureza da experiência do patriarcalismo por parte de mulheres negras, indígenas e de países antes colonizados (GONZÁLEZ *apud* CARDOSO, 2014, documento digital).

No Brasil, mulheres negras se posicionaram sobre o feminismo ser na sua maioria defendido por brancas e de poder aquisitivo alto entre os anos de 1980 a 1990. Logo, começaram a questionar a falta da questão racial no movimento. Segundo Canto e Silva (2009), uma possível justificativa para os questionamentos acerca da raça não ser discutida era apenas um reflexo da própria história do movimento feminista no país. Já que o movimento começou a ser organizado exatamente por essas mulheres que pertenciam a elite política e econômica do Brasil.

No 3º Encontro Feminista da América Latina e do Caribe, que aconteceu no em 1985 em Bertioga, São Paulo, Cardoso (2014) conta que o feminismo negro foi essencial estar ali, pois mostraram sua luta contra a violência doméstica, racismo no mercado de trabalho e saúde reprodutiva e sexual das mulheres negras. Assim,

nasce uma contribuição importante para a atuação das mulheres negras no movimento feminista.

Portanto, o movimento negro deveria ser usado para tratar a questão de gênero da mulher negra e a discriminação que acontece no Brasil. Porém, até hoje mulher negra ainda está na base da pirâmide também no movimento negro. Uma pesquisa feita pelo Instituto de Estudos Socioeconômicos (INESC)<sup>10</sup> mostra que a mulher negra é a que mais paga impostos no Brasil, em relação a homens e brancos e brancas. A pesquisa aponta que: dos pobres, 10% pagam 32% da sua renda em tributos; os 10% mais ricos dão 21% de sua renda aos tributos. Quando o estudo é feito incluindo gênero e raça: dentro dos 10% mais pobres, 68% são negros, 45,66% são homens e 54,34% são mulheres; nos 10% mais ricos, são 83,72% de homens e desses, apenas 16,28% são negros, dentro desses 16,28%, 62,05% são homens e 31,05% são mulheres negras. Assim, vemos a urgência da necessidade de discussão sobre a questão de gênero e raça, ainda mais num país tão desigual como o Brasil. No próximo tópico, será discutida como a representatividade negra é essencial para demarcar essas diferenças sociais.

### 3.4 REPRESENTATIVIDADE NEGRA

Ao analisar a mulheres negras nos últimos séculos, a pesquisadora Bell Hooks (1995), afirma que elas continuam sendo representadas, principalmente nos meios de comunicação, como corpos que servem apenas para servir a alguém ou a algo.

A utilização dos corpos femininos negros na escravidão como incubadoras para a geração de outros escravos era a exemplificação prática da ideia de que as “mulheres desregradas” deviam ser controladas. Para justificar a exploração masculina branca e o estupro das negras durante a escravidão, a cultura branca teve de produzir uma iconografia de corpos de negras que insistia representá-las como altamente dotadas de sexo, a perfeita encarnação de um erotismo primitivo e desenfreado. Essa representações incutiram na consciência de todos a ideia de que as negras eram só corpos, sem mente. A aceitação cultural dessas representações continua a informar a maneira como as negras são encaradas. Vistos como

---

<sup>10</sup> Pesquisa do Instituto de Estudos Socioeconômicos. Disponível em: <https://www.brasil247.com/pt/247/favela247/153250/Mulher-negra-%C3%A9-quem-paga-mais-impostos-no-Brasil.htm>. Acesso em: 25 out. 2018.

“símbolo sexual”, os corpos femininos negros são postos numa categoria, em termos culturais, tida como bastante distante da vida mental. (HOOKS, 1995, documento digital)

É assim que surge a “mãe preta”, a mulher negra que trabalha para brancos, cuida da casa deles e dos filhos deles, mas ao mesmo tempo era impedida pelos padrões de poder fazer o mesmo para sua família. Segundo Gonzalez (1984), o pensamento colonizador branco foi o que criou representações estereotipadas das mulheres negras como esta.

O fato é que, enquanto mulher negra, sentimos a necessidade de aprofundar nessa reflexão, ao invés de continuarmos na reprodução e repetição dos modelos que nos eram oferecidos pelo esforço de investigação das ciências sociais. Os textos só nos falavam da mulher negra numa perspectiva sócio-econômica que elucidava uma série de problemas propostos pelas relações raciais. Mas ficava (e ficará) sempre um resto que desafiava as explicações. E isso começou a nos incomodar. Exatamente a partir das noções de mulata, doméstica e mãe preta que estavam ali, nos martelando com sua insistência. (GONZALEZ, 1984, documento digital)

Gonzalez (1984) fez sua pesquisa com base nas noções de consciência, que ela pode dar lugar ao esquecimento, e da memória, que dá o lugar da necessidade de existir uma verdade. A autora afirma que a “Consciência exclui o que memória inclui” (GONZALEZ, 1984, documento digital). Sendo assim, a consciência age diretamente.

No Brasil, o termo étnico-racial reúne negros, pardos e pretos, mas antes de dizer ser negro há um processo de reconhecimento e construção de identidade de ser um. Para Giacomini (1988), o percurso para se reconhecer uma mulher negra faz parte de um processo histórico, social, político e cultural, principalmente para as brasileiras. A razão disso é por sermos um país em que a diferenciação é feita pelos traços fenóticos, ou seja, físicos, como a forma do cabelo, cor da pele e nariz. Para chegar a esta construção de identidade, além dos traços, é preciso fazer um processo histórico, social, político e cultural.

É a sociedade quem constrói a identidade negra, caracterizando um processo diferente de relações para cada país. Silva e Rosemberg (2008) afirmam que isso é o mito da democracia racial, definido com base nas relações entre brancos e negros sem desigualdade racial, já que ela é econômica porque a população de elite e branca é favorecida socialmente.

Para as mulheres negras, o mito da democracia levou-as a carregarem um estereótipo simbólico delas. Mais uma imagem vinda da escravidão da mulher negra é a mulata tipo exportação, que por mais que esteja no topo da pirâmide de privilégios, é iconizada pela sociedade favorecida. Ela é a mulher negra hipersexualizada, tendo seu corpo endeusado em momentos como o carnaval brasileiro ao mesmo tempo em que se torna mais uma empregada doméstica, como a Globeleza<sup>11</sup>. A mulata tipo exportação vira um produto da sociedade. Isso pode nos ajudar a compreender um pouco mais de como a ideologia do branqueamento age, que nada mais é do que a dominação dos corpos negros diante a internalização e reprodução dos valores dos brancos ocidentais.

Lutando contra estereótipos como esse, temos o exemplo de Marielle Franco<sup>12</sup>. Uma mulher negra, mãe, nascida na favela da Maré, no Rio de Janeiro, feminista e defensora dos direitos humanos. A socióloga com mestrado em Administração Pública foi eleita Vereadora da Câmara do Rio de Janeiro pelo PSOL na última eleição, com 46.502 votos. Também foi Presidente da Comissão da Mulher da Câmara. Marielle foi assassinada com tiros em um atentado ao carro onde estava em março de 2018, ela levou 4 tiros na cabeça e seu motorista, Anderson Pedro Gomes, que também faleceu, levou 3 tiros nas costas. O atentado possivelmente aconteceu pela crítica de Marielle feita a intervenção federal no Rio de Janeiro e da Polícia Militar, já que havia denunciado abusos de autoridade por parte de policiais contra moradores das periferias da cidade.

Com o assassinato, Marielle virou semente. Mulheres se uniram mais para lutar contra desigualdade, injustiças e opressões, que era a luta da socióloga, e criaram uma rede de defesa e manutenção dos seus direitos. Em julho de 2018, foi aprovada a Lei 8054/2018 que consolidou o dia 14 de março, dia da morte da política, como “Dia Marielle Franco - Dia de Luta contra o genocídio da Mulher Negra” no calendário oficial do Estado do Rio de Janeiro.

Marielle era uma das ativistas que buscava mostrar o quanto há de racismo camuflado no Brasil. Já que o mito da democracia racial se disfarçou por muito tempo a exclusão e a intolerância vivida pelos negros, mas que hoje é utilizada co-

---

<sup>11</sup> Nome dado às mulheres negras que sambam com o corpo completamente pintado em vinhos da emissora Globo e são consideradas símbolo do carnaval para o canal de TV.

<sup>12</sup> Informações retiradas do site em memória de Marielle Franco. Disponível em: <https://www.mariellefranco.com.br/quem-e-marielle-franco-vereadora>. Acesso em: 24 out. 2018.

mo instrumento de luta para a valorização da raça afrodescendente, “confrontando a mentalidade européia, que objetiva eximir toda e qualquer culpa atribuída aos brancos” (Rosa, 2002, p.25).

Marcada pelo estigma do racismo, a identidade negra se constrói. Segundo Goffman (1988), a sociedade categoriza as pessoas e identifica atributos considerados naturais para essa categoria. Em uma sociedade que se considera branca e com valores eurocêntricos, o negro descendente de uma sociedade escravista é a personificação do estigma social.

Cabelo, corpo, cor da pele, olhos, nariz, não determinam as características de uma mulher negra, são apenas definições feitas pela sociedade. Tanto é que nas últimas décadas vemos que muitas mulheres negras tentaram se encaixar no padrão de beleza, como ter o cabelo liso, seja por questão de auto aceitação ou por ser aceita nos ambientes em que passa, e hoje estão voltando a terem seus cabelos naturais porque se descobriram negras. Isso foi tão velado que nem elas sabiam que estavam negando ser quem são.

Quando o assunto é o corpo negro feminino, o que essas mulheres carregam consigo um padrões de beleza pré-estabelecidos pelos brancos e brancas. Mesmo que elas lutem contra isso em espaços sociais, alcançar esse mesmo espaço para se impor e ser ouvida será tão difícil quanto a chegada dela nele, devido o gênero, a raça e a representação negativa que tem sua etnia.

Essas personificações da mulher negras apresentadas estão ligadas ao posicionamento em que elas ocupam nesta sociedade. É preciso enfrentar essa desconstrução da visão de brancos colonizadores com superioridade aos corpos negros e femininos e mostrar a verdadeira imagem da mulher negra dentro de um grupo social tão heterogêneo.

Hoje, debater sobre feminismo negro, racismo e gênero se tornam cada vez mais frequentes, ainda mais com a ajuda das redes sociais para fins políticos. O ativismo, como o feminismo negro, está incluído nisso. Fora das mídias tradicionais, o alcance acaba sendo feito de qualquer lugar, a qualquer momento e para diferentes pessoas.

Através da internet a atuação dos movimentos se amplia para a luta e resistência das mulheres negras, que conseguem atrair desta forma mais debates públicos, em que nesses podem contar o quão sexista, racista e opressora é a socieda-



de no seu sistema normal de funcionamento e como são atingidas por isso. Sendo assim, mais pessoas brancas, homens e mulheres e também os negros e negras que talvez não tenham parado para refletir o quão complexo pode ser o assunto, podem colaborar para a mudança de uma sociedade menos desigual.

Com as novas plataformas midiáticas e o aceleramento do surgimento de novas tecnologias da informação, as formas de sociabilidade também foram modificadas e ampliadas. O que estamos acompanhando nesse século XXI e desde o século passado é a formação de sociedades em rede, onde as discussões sociais estão sendo pautadas e travadas nessa esfera (OLIVEIRA, 2016, documento digital)

Assim, com colaborações pensadas em coletivo, o espaço criado na internet pode abrigar diversas formas de relações e organizações para alcançar cada vez mais mulher negras e não negras que entendam o papel desse ciberativismo.

A interação ocorrida nas redes sociais surge do interesse em querer algum tipo de mudança, seja na vida das pessoas ou de organizações. São métodos de interação que sempre visam algum tipo de mudança concreta na vida das pessoas e/ou organizações envolvidas, seja na busca de soluções para problemas comuns, na atuação em defesa de outros em situações desfavoráveis, ou na colaboração em algum propósito coletivo. As interações de indivíduos em suas relações cotidianas – familiares, comunitárias, em círculos de amizades, trabalho, estudo, militância etc. – caracterizam as redes sociais informais, que surgem sob as demandas das subjetividades, das necessidades e das intensidades. (AGUIAR, 2008, *apud* DE OLIVEIRA, 2016, documento digital)

É necessário falar de feminismo negro para que seja entendida a importância dessa discussão e refletir o quanto ainda há no nosso cotidiano de vestígios da escravidão para mulheres negras. Para Hooks (1995), quando a sociedade focar nas questões de gênero, surgirá um novo interesse de jovens negras no debate feminista negro.

Quando comunidades negras diversas enfocarem os problemas de gênero e trabalho de estudiosas for lido e/ou discutido mais amplamente nesses lugares, as intelectuais negras terão apenas, não maior reconhecimento e visibilidade; haverá também maior estímulo para que as jovens estudantes escolham caminhos intelectuais. (HOOKS, 1995, *on-line*)

Castells (2012) reforça as potencialidades das organizações sociais ao estarem presentes nas redes sociais e as utilizarem para a transformação de pensa-

mentos. Para ele, o espaço público dos movimentos sociais é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais da internet e o espaço urbano. Para além da representatividade, os movimentos sociais na internet buscam a participação nas agendas políticas da sociedade.

Adichie (2015), em “Sejamos todos feministas”, aponta que a questão de gênero é importante em qualquer lugar do mundo, e que é essencial que comecemos a planejar e sonhar um mundo diferente. Para ela, o segredo de tudo está na forma como os pais criam seus filhos e filhas.

Além da movimentação feita na internet, há forte atuação no *off-line*, como a Marcha do Orgulho Crespo. O movimento começou no mundo virtual como espaço de empoderamento das mulheres negras e suas identidades, até que começaram a serem promovidos encontros. A marcha acontece sempre próximo ao Dia da Consciência Negra, 20 de novembro, trazendo um ambiente de encontro das irmãs negras e espaço para debates.

Partindo do histórico do Movimento Negro já apresentado anteriormente, podemos dizer que a mobilização social precede as redes e que mesmo nas redes, negras mulheres estão utilizando estratégias para institucionalizar seus discursos e driblar as dificuldades encontradas até mesmo neste espaço dito mais aberto. Desse modo, é importante notar que algumas destas negras mulheres estão, portanto, fazendo mais que ciberativismo, estão agindo sob a tecnopolítica que é, resumidamente, a ação estratégica coletiva organizada que parte das redes sociais digitais para as ruas.

Mulheres negras têm atuado *on-line* e *off-line* na tentativa de tirar não somente as máscaras que lhes calam, em ações individuais *on-line*, mas também para romper com a invisibilidade que passam, como também atuam em ações coletivas partindo do *on-line* para o físico no esforço para o estilhaçamento das máscaras que impedem outras pessoas de falar e às vezes até mesmo de enxergar suas próprias realidades. Assim Sueli Carneiro complementa dizendo que

As mulheres negras vêm atuando no sentido de não apenas mudar a lógica de representação dos meios de comunicação de massa, como também de capacitar suas lideranças para o trato com as novas tecnologias de informação, pois a falta de poder dos grupos historicamente marginalizados para controlar e construir sua própria representação possibilita a crescente veiculação de estereótipos e

distorções pelas mídias, eletrônicas ou impressas. (CARNEIRO, 2003, p.10).

Mais que um simples textos, vídeos, comunidades nas redes, mulheres negras estão organizadas na busca de novos sentidos para a população negra e a sociedade como um todo. Estão propondo um novo sistema de representação (HALL, 2016), a medida em que disputam significados já estabelecidos na sociedade, para uma nova produção de sentido.

YouTubers negras ajudam na construção desse espaço, através da criação dos seus vídeos, levando conhecimentos que, talvez, mulheres negras ainda não tivessem acesso antes. Nátaly Neri, que afirma ter criado seu canal por ter notado a falta de conteúdos como esses, resolve então direcionar seu canal para os temas de feminismo negro, representatividade negra e demais questões raciais. Assim, nasce um espaço *on-line* onde mulheres negras possam se reconhecer, se identificar com outras, trocar conhecimentos e construir opiniões. Ali, pessoas não negras também podem ter o conteúdo como referência para entender melhor sobre o assunto e ajudar na desconstrução do que é normalizado pela sociedade para pessoas negras, principalmente, para as mulheres. A seguir, no percurso metodológico, podemos entender um pouco mais desse como esse processo de construção da relação Nátaly e público acontece.

## 4 METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa qualitativa (BAUER, GASKELL, 2008) que utilizará como método a Análise de Conteúdo. Ela foi desenvolvida pela psicóloga Laurence Bardin, e pode ser definida da seguinte forma: “em concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JÚNIOR, 2009, p. 280). O método proposto por Bardin (2010) se organiza em três fases cronológicas: pré-análise, que é quando é feito o planejamento do trabalho a ser elaborado; exploração do material, momento que é feita a análise propriamente dita com operações de codificação; e tratamento dos resultados, quando os resultados brutos são tratados para tornarem-se significativos e válidos.

Para a autora (2010), a fase de pré-análise equivale a etapa da organização e da sistematização das ideias iniciais com a construção de um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivos para torná-lo, depois, um plano de análise. Essa primeira fase geralmente tem três objetivos: o primeiro é a escolha do que vai ser submetido à análise, o segundo é a formulação das hipóteses e o terceiro e último é a elaboração de indicadores para a fundamentação do que vai ser interpretado. A primeira atividade é definida pela autora como uma “leitura flutuante”, ou seja, trata-se de estabelecer contato com o material a ser analisado e conhecê-lo superficialmente. Em seguida, a leitura deve se tornar mais precisa, projetando hipóteses e teorias sobre o material e a possível aplicação da metodologia nestes.

Depois da definição do tema e do referencial teórico, o próximo passo é a constituição do corpus, que é “a definição do conjunto de documentos a serem submetidos à análise” (FONSECA JÚNIOR, 2009, p. 292). Segundo Bardin (2010), a constituição do *corpus* geralmente implica em escolhas, seleções e regras - destas, a autora destaca quatro:

1. Regra da exaustividade: depois de definido o *corpus* é necessário ter todos os elementos do mesmo. Ou seja, não se pode deixar de fora qualquer elemento que não possa ser justificado no plano do rigor. Esta regra é completada pela de não seletividade.

2. Regra da representatividade: A análise feita deve acontecer a partir de uma amostra do material. Ela precisa ser rigorosa e representar o *corpus* inicial. Assim, o que se obtiver de resultado será generalizado ao todo.
3. Regra da homogeneidade: Os documentos retidos devem obedecer aos critérios de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora estes.
4. Regra de pertinência: Os documentos retidos devem estar adequados enquanto fonte de informação, assim, corresponderão ao objetivos que determina a análise.

Com o *corpus* escolhido, chega-se à etapa da formulação das hipóteses, ou seja, afirmações provisórias as quais o trabalho se propõe verificar e confirmar ou informar. É uma suposição que surge da intuição e só é provada - ou não - quando submetida aos dados. O que se segue é a escolha dos índices em função das hipóteses antes criadas e sua organização em um sistema de indicadores. Desde o início, devem ser feitos recortes “em unidades comparáveis de categorização para análise temática e de modalidade de codificação para o registro dos dados” (BARDIN, 2010, p. 130). A última etapa antes da análise é a preparação do material a ser analisado.

A segunda fase da metodologia desenvolvida por Bardin compreende a exploração do material, sendo baseada em operações de codificação, decomposição e enumeração em função de regras previamente formuladas. Assim, chegamos à terceira e última fase: o tratamento dos resultados obtidos e sua interpretação. Nella, os resultados brutos são tratados com operações estatísticas (simples ou complexas) para que se tornem significativos e válidos, permitindo a construção de quadros de resultados, diagramas, figuras, modelos que resumem e dão relevância às informações obtidas na análise. A partir daí pode-se propor inferências e adiantar interpretações que digam a respeito dos objetivos previstos ou de outras descobertas inesperadas.

A Análise de Conteúdo foi a metodologia que escolhemos porque nos permite trabalhar com indicadores que propiciam estabelecer quadros de resultados e diagramas que destacam as informações obtidas e propor inferências. Além disso, é um método utilizado nas pesquisas sobre comunicação de massa, por se basear em procedimentos que são aplicados da mesma forma a todo o conteúdo a ser analisado.

## 4.1 A PRÉ ANÁLISE

Na etapa que compreendeu a pré-análise, foram realizados todos os passos explicitados por Bardin (2010). A primeira atividade, definida como “leitura flutuante”, começou a ser realizada a partir da análise de youtubers negras que abordam o empoderamento feminino negro. Entre os possíveis objetos de estudo tivemos as seguintes criadoras de conteúdo:

- A. Rayza Nicácio, maior youtuber negra do Brasil, atualmente com mais de 1 milhão e 600 inscritos em seu canal. Começou falando sobre cuidados com os cachos, mas hoje fala de beleza e lifestyle em seus vídeos. Há pouco mais de um ano, começou a falar sobre se reconhecer negra. Seu primeiro vídeo publicado foi em 28 de fevereiro de 2012.
- B. Nátaly Néri, do canal Afros e Afins, agora com 467 mil inscritos. Fala sobre empoderamento feminino negro, brechó, beleza negra, lifestyle e relacionamento com um homem transexual. Seu primeiro vídeo foi publicado em 28 de julho de 2015.
- C. Gabi Oliveira, do canal DePretas, hoje com mais de 359 mil inscritos. Aborda sobre as relações étnico-raciais e estética da beleza negra. Seu primeiro vídeo foi publicado em 19 de agosto de 2015.
- D. Ana Paula Xongani, que tem 59 mil inscritos e fala sobre feminismo negro, maternidade negra, empoderamento e autoestima da mulher negra, beleza negra e relacionamentos étnico raciais. Seu primeiro vídeo foi publicado em 5 de julho de 2012.

A criadora de conteúdo escolhida foi Nátaly após analisarmos que ela é a YouTuber negra mais reconhecida, até mesmo pelo próprio YouTube, por falar sobre questões raciais e empoderamento negro feminino. Ela tem 24 anos e é atualmente estudante de Ciências Sociais na Universidade Federal de São Paulo e YouTuber. Em entrevista à Revista Elle<sup>13</sup>, em 2016, Nátaly conta que sempre consumiu conteúdo no YouTube, mas percebeu que os temas que tinha interesse não eram tão fáceis de encontrar. Inaugurou, então, seu canal em 28 de julho de 2015 com o propósito de falar sobre beleza, mulheres negras, empoderamento e feminismo.

---

<sup>13</sup> Entrevista Elle. Disponível em: <https://elle.abril.com.br/moda/conheca-nataly-neri-a-youtuber-que-mostra-que-engajamento-e-moda-tem-tudo-a-ver/>. Acesso em: 18 de ago. 2018.

Hoje, seu canal possui mais de 447 mil inscritos e mais de 17 milhões de visualizações dos seus conteúdos.

Em 2016, foi convidada pelo Youtube Space São Paulo a apresentar a série #YouTubeNegro. Em 10 episódios, Nátaly, ao lado de convidados, fez os seguintes vídeos:

1. Vídeo 1: Teaser da série;
2. Vídeo 2: “Estereótipos negros no mercado de trabalho - com Magá Moura”;
3. Vídeo 3: “Mulher negra vs sexualidade - com Xan Ravelli e Gabi Oliveira”;
4. Vídeo 4: “Relacionamentos e afetividade negra - Com Muro Pequeno”;
5. Vídeo 5: “Expressão negra na música - Com Tássia Reis”;
6. Vídeo 6: “Mulheres negras e autoestima - com Joyce Gervaes e Tati Sacramento”;
7. Vídeo 7: “Criando filhos negros - com Egnalda Côrtes e PH Côrtes”;
8. Vídeo 8: “Negros em ascensão - com Ana Paula Xongani”;
9. Vídeo 9: “Onde estão os negros no YouTube? | FT. Nátaly Neri”, esse especialmente postado no canal Mas Poxa Vida de PC Siqueira entrevistando Nátaly Neri;
10. Vídeo 10: “Inspiração para novas gerações - com Elza Soares”.

Já em 2017, a YouTuber estava entre as representantes da série #YouTubeBlackBrasil, promovida para o mês da consciência negra pela plataforma em que dez criadores de conteúdo negros contavam suas histórias de vida. A série convidada que os demais YouTubers gravassem seus vídeos para gerar mais conteúdo preto. Em 2018, o Youtube Black foi mundial. O site reuniu representantes de cada país e promoveu um encontro em Washington durante três dias, com eventos, palestras e espaço para os criadores se conhecerem. Nátaly esteve presente como representante do Brasil.

Após a escolha do canal de Nátaly, foi preciso decidir qual vídeo seria a base para a construção do *corpus* de comentários. Dois opções eram possível: o vídeo com mais visualizações ou com mais comentários. Para isso, foram coletados os dados dos cinco maiores vídeos nessas categorias.

Tabela 1: vídeos por maior número de visualização

VÍDEO	VIEWS	COMENTÁRIOS	DATA DE PUBLICAÇÃO
Tutorial dreads de lã   Parte 1 (como fazer passo a passo)	1.389.251	1.658	16/1/16
Apropriação cultural existe? Pode branca de turbante?	669.98	13.547	15/2/17
Namoro online, transsexualidade e nossa história - #JONALY responde - parte 1	505.805	2.452	8/12/16
Como fazer suas próprias tranças/box braids - Técnicas p/ cabelo curto e jumbo colorido	440.426	676	6/9/17
Baby hair tutorial - Estilização Para Crespo e Cacheado	440.376	289	13/9/17

Fonte: elaboração da autora.

Tabela 2: vídeos por maior número de comentários

VÍDEO	VIEWS	COMENTÁRIOS	DATA DE PUBLICAÇÃO
Apropriação cultural existe? Pode branca de turbante?	669.98	13.547	15/2/17
Uma semana sem make e cabelo natural: um experimento #7DiasDeEscolha	316.611	3.246	13/12/17
Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra	410.04	2.498	1/2/16
Namoro online, transsexualidade e nossa história - #JONALY responde - parte 1	505.805	2.452	8/12/16
Releitura de penteados que usava na infância	87.449	2.174	20/12/17

Fonte: elaboração da autora.

O vídeo que teve maior visualização e o que teve maior número de comentários não foram escolhidos como objeto de estudo devido a falarem apenas de um assunto, no caso ou beleza ou negro. Assim, partiu-se da escolha pelo vídeo que abordasse tanto a questão do feminismo quanto do negro. Por isso, o vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra” foi selecionado para o objeto de estudo.



#### 4.1.1 DESCRIÇÃO DO VÍDEO

O vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra” (figura 1) foi postado pela YouTuber, no dia primeiro de fevereiro de 2016 e até o presente momento de desenvolvimento deste trabalho<sup>14</sup> teve 410.04 visualizações, 2.498 comentários e 46 mil *likes* e mil e cem *dislikes*, sendo o oitavo vídeo mais assistido do canal Afros e Afins.

Figura 1: Captura de tela do vídeo "Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra" da YouTuber Nátaly Nery.



Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz\\_NYDo&t=4s](https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz_NYDo&t=4s)>.

Nátaly inicia contando que o colorismo é um tema que ela gostaria muito de abordar no canal. Com referências de Alice Walker, escritora, poetisa e ativista do feminismo negro nos Estados Unidos, a YouTuber contextualiza o assunto dando a definição do termo, definido pela autora em publicação de 1982, que é a discriminação pela cor da pele, também conhecido como pigmentocracia. Ou seja, quanto mais pigmentada a pessoa for, mais exclusão e essa pessoa irá passar.

Logo, também fala sobre a Teoria do Embranquecimento na população brasileira, que teve início em 1910. Para Andreas Hofbauer (1999), o conceito, surgido

---

<sup>14</sup> Informações coletadas em 02 de abril de 2018. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz\\_NYDo&t=4s](https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz_NYDo&t=4s)

na Europa no século XIX, se caracteriza pela internalização de comportamentos dos brancos, perda da cultura da matriz africana e clareamento visível do fenótipo da cor da pele da população. No Brasil, o processo de branqueamento teria duração de 50 a 200 anos e era para que as próximas gerações fossem totalmente branca. Os mestiços eram vistos de maneira positiva e classificados pelo grau de branquitude: quase-branco, semi-branco ou sub-branco. Para se colocar na questão, Nátaly fala de seus privilégios por ser magra, negra de pele clara e de traços finos.

Nesse momento, ela aborda o assunto sobre os três mitos da mulher negra na sociedade para ajudar a entender um pouco melhor como o colorismo funciona no Brasil. A primeira é a mulher negra barraqueira, que se impõe e não leva desaforo para casa, a segunda é a mãe preta, aquela senhora mais velha que cuida de todos e da casa e a terceira é a mulata exportação, que serve apenas para satisfazer os prazeres sexuais dos homens. A YouTuber afirma que todos os mitos estão ligados a grande parte das pessoas, pois ao pensar nessas mulheres, personifica-se, na maioria das vezes, uma mulher negra retinta. Para Nátaly, mulheres e homens negros de pele clara precisam aprender o que é o colorismo, entender e se posicionar perante esses privilégios negados para os de pele mais negra. Ela defende que o racismo é diferente para tom de pele.

Em seguida, ela traz o assunto do termo “pardo”, que seria uma pessoa nem branca e nem negra. Nátaly acredita que não existam pessoas pardas e como justificativa, apresenta a informação do IBGE que afirma que, por mais que a pessoa se declara negra ou parda, ambas estarão dentro da classificação negra para o instituto. Porém, na sociedade brasileira, se você diz que é pardo, então você não é negro e é “um branco que não é tão branco, é um branco ‘queimadinho’ de sol” como a própria diz. A criadora de conteúdo, então, conclui que se chamar de pardo é se embranquecer, tirando sua consciência racial.

A YouTuber conta ainda que, numa conversa com amigas negras de diferentes tons, ela notou que algumas já sofreram racismo e outras não, mesmo que elas se autoidentifiquem como negras. O que Nátaly interpreta como um possível resultado do colorismo e também do racismo estrutural. Racismo estrutural, para Silvio Almeida (2018), é o racismo naturalizado, no sentido de que ele constitui as relações no seu padrão de normalidade, seja consciente ou inconsciente. O autor divide

este em três ambientes: na economia, como o sistema tributário, quando funcionando dentro das normas estabelecidas atualmente reproduz a desigualdade e coloca as mulheres negras na base da pirâmide, já que são elas quem recebem o menor salário, mas também consomem e acabam pagando mais de tributos; na política, como quando em cargos públicos, por mais que a maioria da população se declare negra, sejam ocupados por pessoas brancas; e na subjetividade, como quando diversos jovens negros são assassinados e isso é visto como natural. Os indivíduos são constrangidos nesses quesitos cotidianamente devido a essa pirâmide social criada.

Além disso, a criadora de conteúdo crê que o colorismo jamais vai fazer uma pessoa negra achar que ela não é negra. Isso porque em algum momento de sua vida, o negro, mais claro ou não, irá passar por alguma situação de racismo. Natály afirma que a sociedade branca colocará o sujeito como negro.

Depois que foi criado o canal Afros e Afins e trazendo a narrativa do vídeo, mais uma vez, para si, ela conta que recebe diversos *e-mails* a questionando sobre o que é ser negra e o que é ser negra de pele clara, porém ela já adianta que jamais poderá responder isso porque é uma questão que só pode ser respondida pela própria pessoa, estudando, olhando para sua família, revendo situações que já passou envolvendo racismo. Ela relata ainda que homens brancos de posicionamento político de direita já a atacaram na internet nos comentários dos seus vídeos. Além disso, Natály conta que é comum aparecerem pessoas brancas nos comentários de seus vídeos dizendo que ela não tem propriedade para falar de negritude porque é branca. “As coisas que existem para dizer se você é negro ou não é baseada em estereótipos não reais”, afirma Natály.

Quando a YouTuber encerra o vídeo, a conversa volta para o assunto de que que pessoas negras de pele clara precisam entender o que é colorismo e o que ele faz com essas, tanto para as negras de pele clara quanto para as de pele escura.

## 4.2 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL

Para a coleta dos comentários, no primeiro momento foi utilizado a ferramenta “Clip to EverNote”, porém, devido ao número grande de comentários (mais de

2.000), não foi possível capturar todos. Então, foi usado o “YouTube Comment Scraper”, *site* que permite baixar todos os comentários disponíveis do vídeo, contendo as informações de nome de usuário, data da postagem, *likes* e *dislikes* dos comentários e respostas geradas a partir dele. Dele, é gerada uma planilha que pode ser aberta no programa Microsoft Excel ou ser exportada para outro programa.

Foram lidos aproximadamente 2.498 comentários. É importante ressaltar que a coleta de comentários nunca é precisa, já que muitos usuários acabam deletando suas contas e o próprio YouTube deleta comentários muito antigos.

Após a leitura destes, adotamos classificações para o público presente ali conforme seus comportamentos. O primeiro deles é com referências da dissertação de Coruja (2017). Em seu trabalho, Coruja faz divisões a partir dos seguintes públicos de outro canal do YouTube, o JoutJout Prazer, que também aborda questões diversas, incluindo o feminismo. São elas:

1. **Adoradores:** aqueles que comentam elogiando a YouTuber e apreciam seu conteúdo. Dentro dele, há as seguintes subcategorias:
  - 1.1. Carentes: aqueles que procuraram ganhar algum tipo de atenção da YouTuber.
  - 1.2. Pauteiros: aqueles que complementam o assunto ou sugerem temas para próximos vídeos.
  - 1.3. Defensores: aqueles respondem haters e críticos (dois posicionamentos que veremos a seguir).
  - 1.4. Identificados: aqueles que respondem o assunto do vídeo com testemunhos já vividos sobre o mesmo tema.

Para este trabalho, a categoria Adoradores será representada apenas como Identificados, pois foi a mais presente durante a análise de comentários.

2. **Auto-divulgadores:** aqueles que usam o espaço para divulgarem seus próprios canais.

3. **Ponderados:** aqueles que demonstram dúvidas em seus comentários e pedem ajuda para serem entendidas.

4. **Opinativos:** aqueles que deixam sua opinião sobre o assunto, seja concordando ou discordando.

5. **Críticos:** aqueles que declaram estar contra o que é falado no vídeo ou a YouTuber.

6. **Haters:** aqueles que expõem ódio à YouTuber.

A partir dessa categorização, também criamos outras três classificações mais específicas para analisar o vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra”. A intenção foi categorizar pelo posicionamento apresentado nos comentários deixados pelos usuários, com as seguintes divisões e critérios:

1. **A favor:** aqueles que em seu comentário mostravam-se concordar com o que Nátaly apresentou no vídeo;
2. **Contra:** aqueles que demonstraram não concordar com o que foi dito por Nátaly no vídeo;
3. **Neutra:** aqueles que não se posicionaram referente ao vídeo feito por Nátaly.

Criamos também a divisão por autoidentificação, com as seguintes divisões e critérios:

1. **Negra:** quem se declara ser negro em seu comentário;
2. **Branca:** quem se declara branco em seu comentário;
3. **Parda:** quem se declara pardo, também citada algumas vezes como mestiço, em seu comentário;
4. **Indígenas:** quem se declara indígena em seu comentário;
5. **Não sabem:** quem expressa não saber qual sua identificação com cor no seu comentário;
6. **Não se identificaram:** quem não apresentou sua autoidentificação no seu comentário.

E por último, criamos a classificação por gênero, com as seguintes divisões e critérios:

1. **Mulheres:** aquelas com usuário de nome feminino ou que se identificaram no seu comentário com o gênero feminino.
2. **Homens:** aqueles com usuário de nome masculino ou que se identificaram no seu comentário com o gênero masculino.
3. **Indefinido:** aqueles que não foram possíveis identificar o gênero através do nome de usuário e comentário.

Antes de apresentar os resultados da pesquisa qualitativa, é importante ressaltarmos que, dos 2.498 comentários lidos, 1.864 foram classificados. O restante, 634, foram excluídos da análise porque eram: comentários repetidos; falavam de

peças não citadas no vídeo; correções de digitação (palavras soltas ao lado de um asterisco); somente emojis; pedidos como “qual a cor do seu batom?”; pessoas respondendo aos outros usuários sobre suas etnias, sendo uma espécie de “negrômetro”; e respostas da Nátaly direcionadas à inscritos. Pode-se ver exemplos na tabela abaixo.

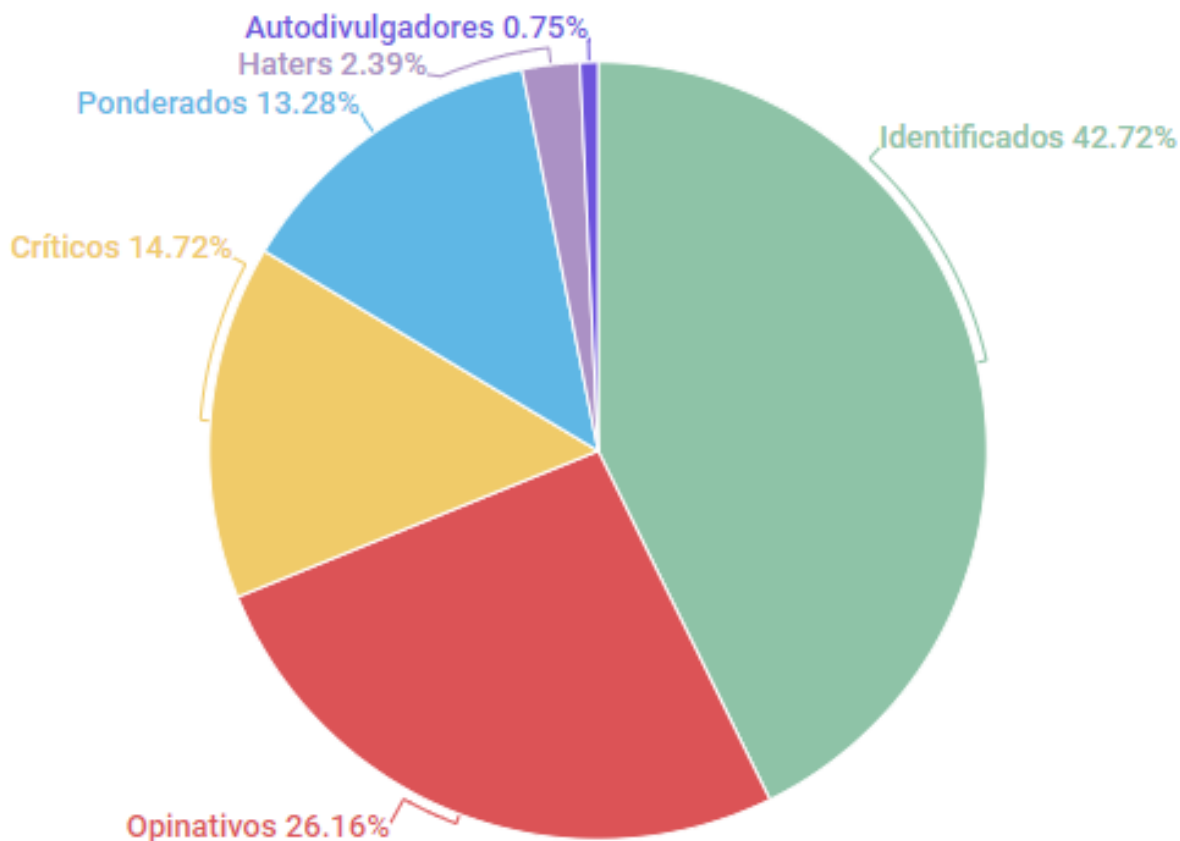
Tabela 3: exemplos dos comentários não classificados na análise

TIPO DE COMENTÁRIO	EXEMPLO	VEZES ENCONTRADO
Repetidos	C1713 - O Brasil é isso, a maioria das pessoas nesse país são mestiças. Mestiçagem essa que começou com os portugueses, africanos, índios e os demais imigrantes que depois chegaram. E isso acontece há mais de 500 anos. Essa é a realidade e realidade não se nega, então sugiro que quando for procurar respostas para as suas indagações, procure por fontes limpas, sérias e não tendenciosas. Essa mulher do vídeo é militante do movimento negro. Movimento racial extremista que está promovendo mentiras a respeito do povo brasileiro e querendo aplicar no Brasil uma realidade que não tem consonância com o Brasil.	57
Sobre pessoas não citadas no vídeo	C2774 - “Elisregina Lobo e Livia zaruty é extremamente inteligente, ponderada e observadora”	73
Correções de digitação	C2896 - “ocupando*”	18
Pedidos	C2293 - “mas agr me conta o nome do batom pfvr”	10
Pessoas sendo negrômetro	C1508 - “Sua foto de perfil mostra claramente que você é parda/mestiça”	464
Respostas de Nátaly	C2840 - +Mari Morena E mari Que alegria você aqui!	12

Fonte: elaboração da autora.

Na primeira classificação, seguindo as definições de Coruja (2017), temos o Gráfico 1, que apresenta as categorias de comportamento dos usuários nos comentários analisados. O resultado obtido foi: 859 identificados, 526 opinativos, 296 críticos, 267 ponderados, 48 haters e 15 autodivulgadores. Total de 2.011 classificações, já que os comentários podem se encaixar em mais de uma categoria.

Gráfico 1: Categorias

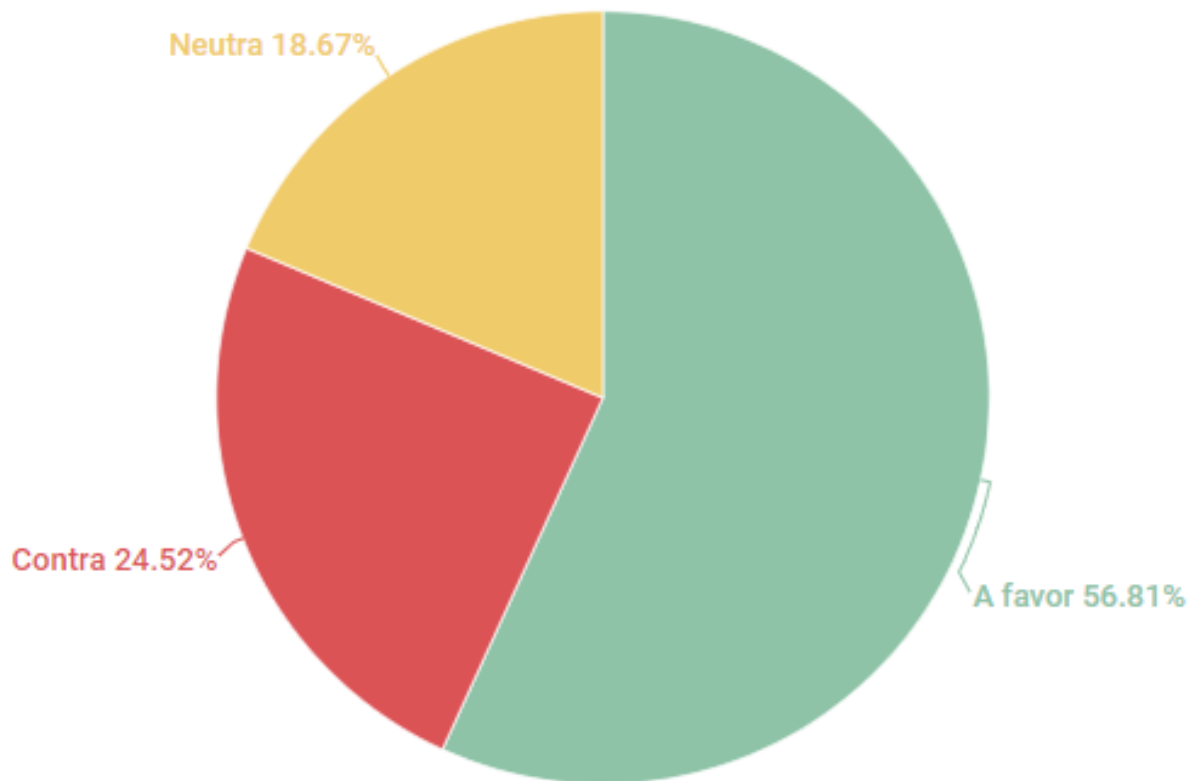


Fonte: Elaboração da autora

Assim, entende-se que, dos usuários do YouTube que comentaram no vídeo de Nátaly, 42,72% se identificaram com o conteúdo apresentado, 26,16% apenas deixaram sua opinião sobre o assunto, 14,72% tiveram críticas, positivas ou negativas, a fazer para a YouTuber, 13,28% tiveram dúvidas sobre o que foi dito, 2,39% foram comentários de haters e 0,75% foram auto-divulgadores de seus canais.

No Gráfico 2, temos os resultados das categorias de posicionamento apresentado nos comentários analisados, que foram: 1.059 a favor, 457 contra e 348 neutra. Total de 1.864 posicionamentos, já que nesta os comentários não podem se encaixar em mais de uma categoria.

Gráfico 2: Posicionamento



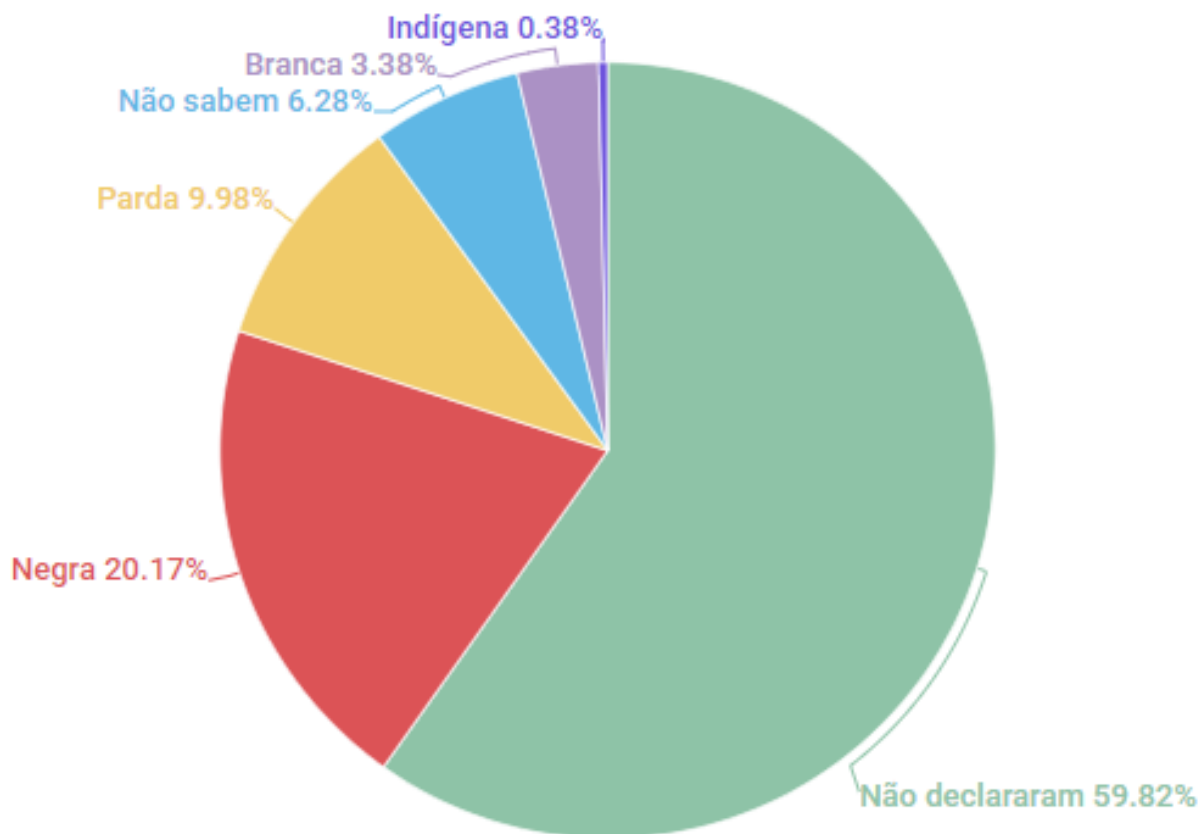
Fonte: Elaboração da autora

Foram 56,81% de comentários a favor do que foi apresentado por Nátaly, 24,52% esteve contra sua fala e 18,67% estiveram neutros em relação ao vídeo.

Já o Gráfico 3 apresenta a autoidentificação dos usuários em seus comentários, que foram: 1.115 não declararam sua cor, 376 se declararam negros, 186 se declararam pardos/mestiços, 117 declararam não saber, 63 se declararam brancos e 7 se declararam indígenas. Também com o total de 1.864 autoidentificações, já que aqui os comentários não podem se encaixar em mais de uma categoria.



Gráfico 3: Autoidentificação

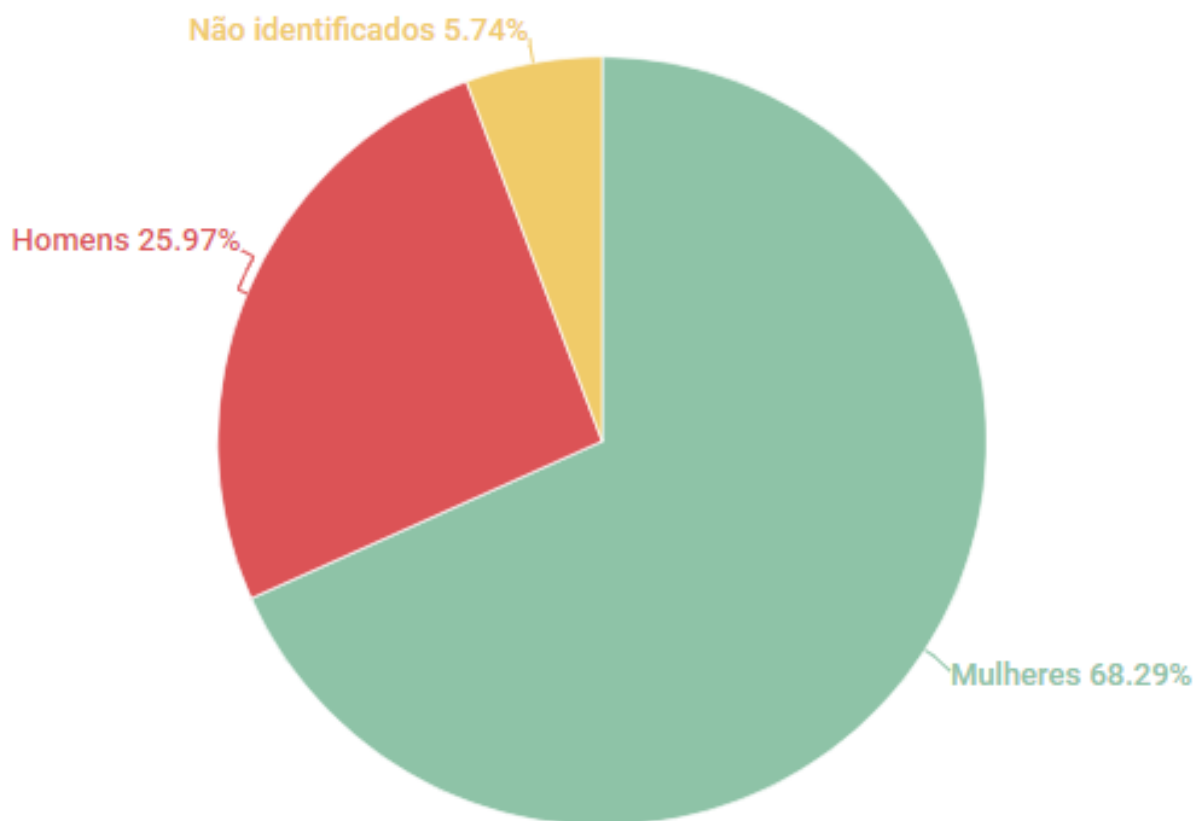


Fonte: Elaboração da autora

Aqui, 59,82% das pessoas não declaram sua autoidentificação nos comentários, 20,17% se autoidentificam como negros, 9,98% se vê como parda/mestiça, 6,28% não sabem se autoidentificar, 3,38% se compreende como branca e 0,38% é indígena.

Por último, o gráfico 4 apresenta a categorização feita por gênero em que os resultados foram: 1.273 mulheres, 484 homens e 107 não foram possíveis fazer a identificação.

Gráfico 4: Gênero



Fonte: Elaboração da autora

É possível perceber, que 68,29% se apresentou nos comentários como mulher e 25,97% como homens, 5,74% dos comentários não foram possíveis de fazer a identificação.

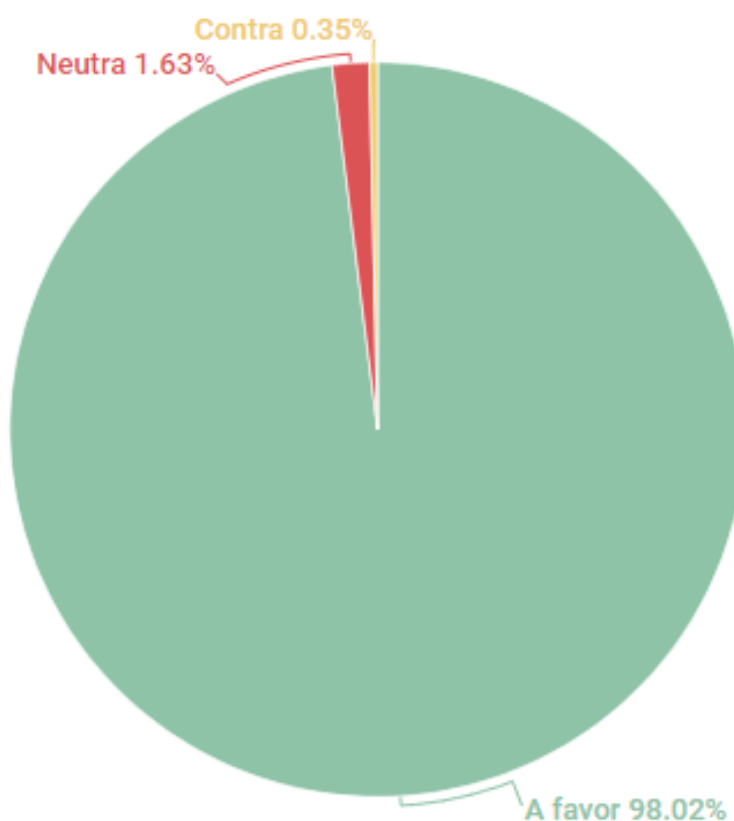
#### 4.3 TRATAMENTO DOS RESULTADOS

A partir de agora, faremos uma análise dos resultados das categorias entrelaçadas. Sendo assim, partiremos do leque que começa nas categorias de comportamento definidas por Coruja (2017) que abre para as outras categorias criadas especificamente para análise do material deste trabalho. A relação será feita com aquelas subcategorias que tiverem maior porcentagem dentro da sua categoria. Na categoria autoidentificação, na análise das categorias Identificados, Opinativos e

Críticos, a maior porcentagem será daqueles usuários que não se identificaram como negros ou não negros. Nestes casos, será sempre utilizada a segunda maior porção da categoria.

#### 4.3.1 OS IDENTIFICADOS

Gráfico 5: Posicionamento dos Identificados



Fonte: Elaboração da autora

Sabendo-se que 42,72% dos comentários analisados são de pessoas que se identificaram de alguma forma com o que Nátaly fala em seu vídeo, analisamos quem são essas pessoas. No Gráfico 4 vemos que 98,02% esteve a favor do que foi dito, como os comentários a seguir:

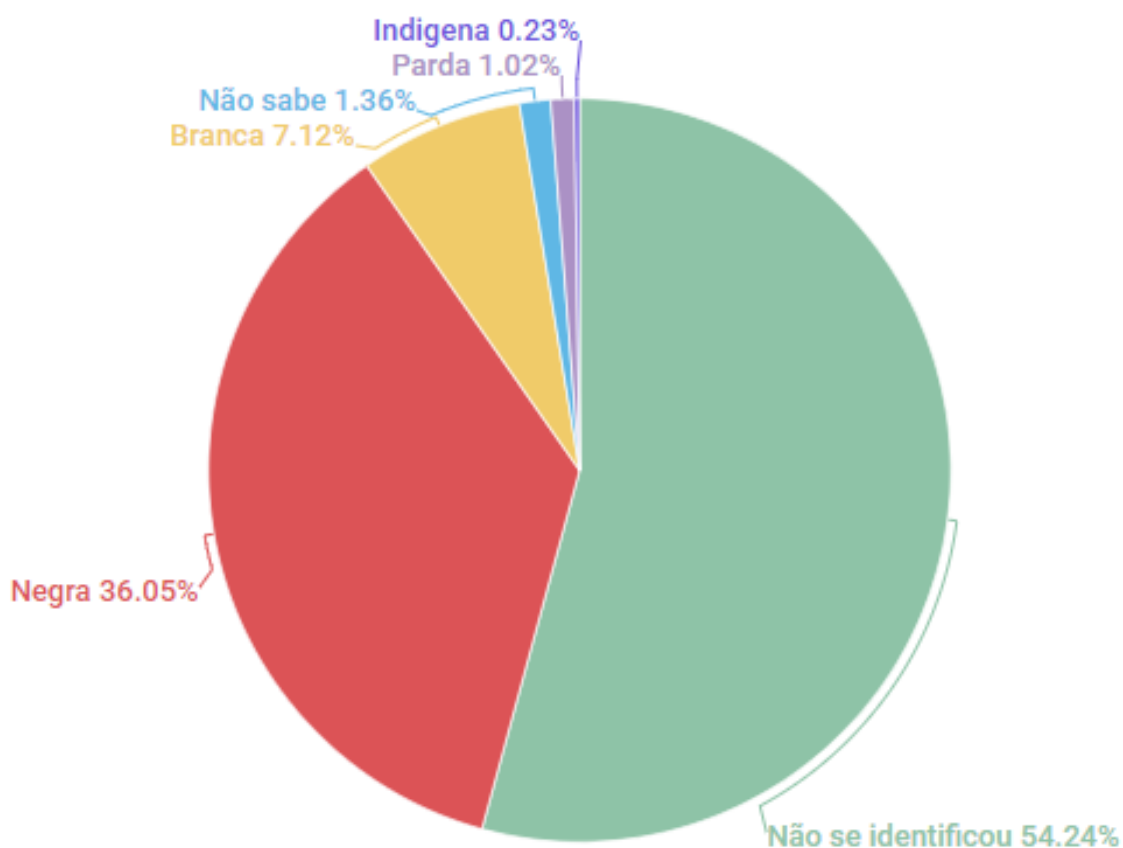
C1058: Adorei o canal. Este vídeo é importante pra todo mundo, independentemente da etnia. É triste ter que discutir isso em 2016,

mas vamos adiante. Os cães ladram mas a caravana passa. Você tem todo meu respeito, admiração e igualdade.

O 1,63% neutro, que é um total de 14 comentários, são pessoas que não comentaram sobre o vídeo, mas apenas relataram alguma situação já vivida. Já o 0,35% contra, são pessoas que criticaram ela relacionar a redução da maior idade penal com a questão de ser negro, como o comentário 1.657:

concordo com tudo, agora maior idade penal a partir dos dezoitos é uma vergonha pra esse país. Sou negra e sou a favor da redução da idade penal.<sup>15</sup>

Gráfico 6. Autoidentificação racial dos Identificados



Fonte: Elaboração da autora

<sup>15</sup> Os comentários foram transcritos para o trabalho como foram publicado, por isso, podem conter erros de gramática.

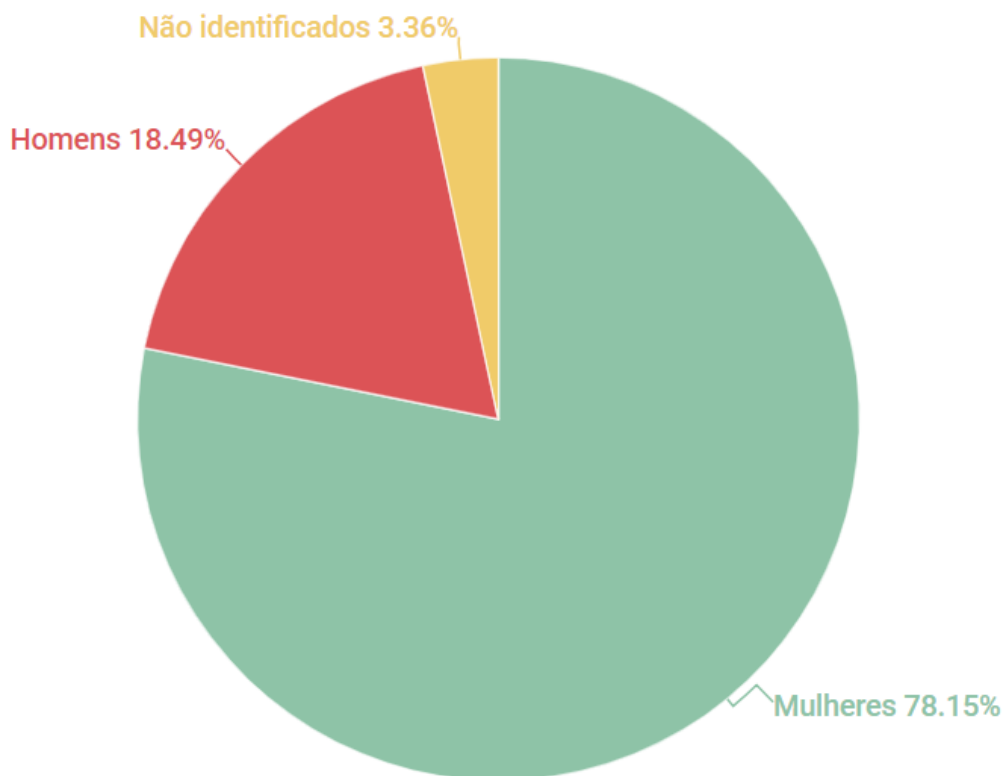
No Gráfico 6, pode-se ver como os 42,72% dos identificados que se auto-identificam em relação a sua cor. A maior porcentagem foi a de quem não se identificou como negro ou branco, mas esses 54,24% também são importantes porque demonstraram estar ao lado de Nátaly, já que não é obrigatório comentar se é negro ou não. Porém, na análise de resultado feita para essa categoria, não a utilizaremos.

Aqui, a relação de quem de quem se identificou como negro, que ficou em segundo lugar com 36,05% dos comentários. O comentário 1.371 pode exemplificar isso:

Eu sou um negro claro, eu vejo racismo em forma de piada dentro da minha família o tempo todo pois moro com a parte majoritariamente branca, é deplorável!!!! Eles me reconhecem como homem branco quando afirmo que sou negro claro e reclamo das piadas racista dentro de casa.

Após, vem aqueles que se identificam como brancos, que são 7,12% dos comentários dentro da categoria identificados. Os que não sabem se autoidentificar mas se identificam com o vídeo representam 1,36%. Os pardos representam 1,02% dos identificados. E por último, 0,23% o único indígena que se identificou e compreendeu a mensagem que Nátaly quis passar com o vídeo.

Gráfico 7: Gênero dos Identificados



Fonte: Elaboração da autora

Das pessoas identificadas com o tema, 78,15% são mulheres. O restante, 18,49% são homens e 3,36% são não identificados. Cruzando o resultado desses gráficos temos o perfil: Identificados > A favor > Negra > Mulher. Os comentários mostram bem o motivo de como a identificação é maior com as mulheres negras:

C155 - Muito obrigado por esse vídeo!!! Você não tem noção de como eu precisava dessas palavras. Quando criança eu tinha pavor que me chamassem de negra. Morei minha vida toda com minha mãe que é loira e sorri o mais variado tipo de racismo na infância, eu tenho uma irmã loira de olhos azuis que sempre era elogiada na rua e nos locais que íamos e minha mãe sempre tinha que ressaltar que eu também era filha dela e as pessoas sempre vinham com a frase "cada uma com sua beleza" como se falasse aquilo pra me deixar bem... Eu sempre desconfio de quem me elogia e sempre desconfiei da minha beleza por isso.... Eu comecei a alisar meu cabelo tão nova que eu não sabia que ele era cacheado, eu fui descobrir isso agora!

C1170 - Amei a abordagem! Eu tava precisando ouvir de alguém que tem esse tom de pele pq as vezes quando eu ouço de negros mais escuros eu fico tão triste pensando "então eu não sou negra?" e parece que destruíram a identidade que eu construir! Eu entendo que temos de fato mais privilégios ou melhor eu penso sempre que as pessoas me toleram, sabe?! Tipo, ela tem traços finos então vamos embranquecer e tratar como se ela fosse branca. O engraçado é que em algum momento isso funcionou, eu me sentia branca e pode ser muito "bobo" mas meu cabelo, que no passado embranqueceu pq eu queria ter o cabelo da Xuxa (grande e liso), também me tirou desse abismo e através dele eu comecei a perceber os olhares estranhos pq nesse momento eu incomodei, eu me aceitar enquanto negra incomodou. Pra eles, eu sou mais uma negrinha do cabelo duro. Nem vou muito longe, eu ouvi comentários na minha família do tipo "você agora resolveu deixar o cabelo duro". Mas enfim, seguimos sobrevivendo e reivindicando nossos direitos e nosso espaço.

Vê-se um exemplo do que Hall (2005) fala sobre a identidade racial, sendo esta um aspecto complicado para se distinguir entre os sujeitos. Portanto, essas mulheres negras mostram em seu comentário o quanto sofreram para se encontrar e se reconhecer como negra. Ambas, agradecem o conteúdo criado por Nátaly, admitindo-o que ele é sinônimo de representatividade negra para essas e as outras mulheres que estão na categoria Identificados.

Também é importante ressaltar o motivo das mulher brancas se identificarem e estarem a favor da YouTuber. O comentário 2.824 mostra como o vídeo pode ser bom também para levar uma vivência não conhecida para mulheres brancas:

Nátaly, seus vídeos são incríveis! Eles têm me ajudado muito a entender mais sobre os privilégios que eu tenho na sociedade enquanto mulher branca, e graças a você agora posso perceber que nós brancos somos sim todos opressores, ainda que as vezes de maneira inconsciente. Você é demais!

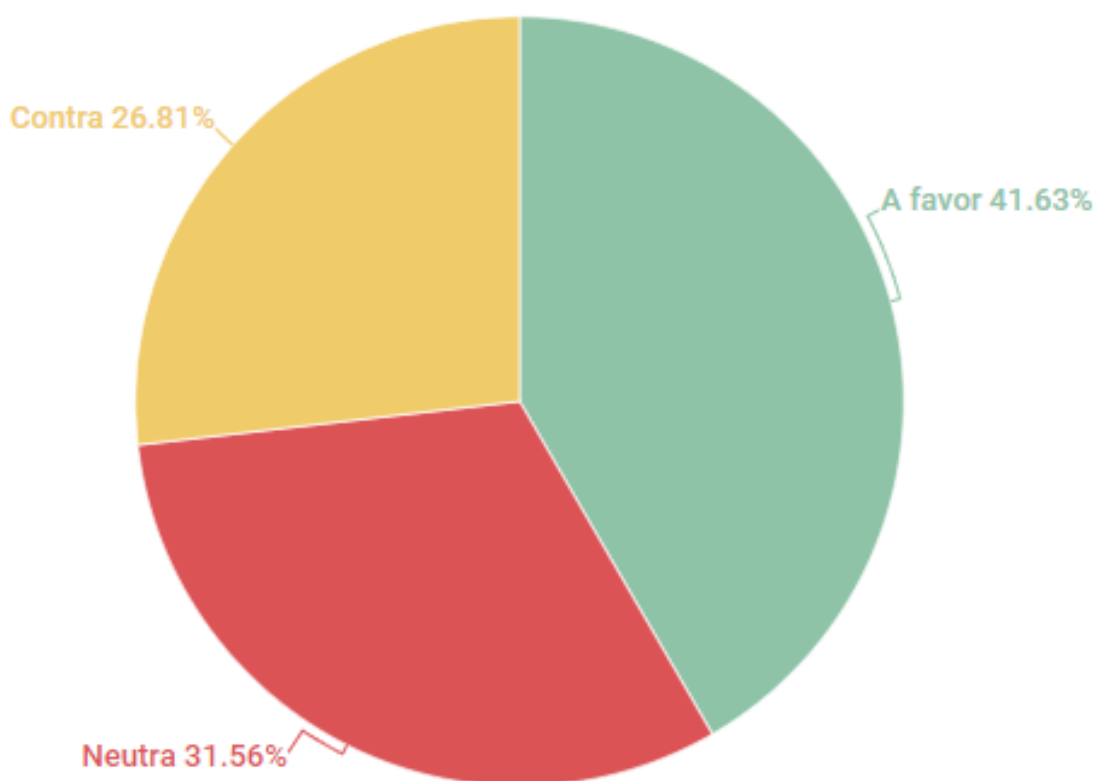
A resposta espelha o que Hooks (2008) acredita que precisa ser entendido para acontecer o feminismo: as diferenças entre as mulheres. Mulheres brancas ao entenderem seu lugar e seus privilégios, podem, assim, ajudar a desconstruir o que foi normalizado pela sociedade sobre as mulheres negras, como os três mitos relacionados às mesmas. Ou seja, os 7,21% dos comentários da categoria Identificados são de mulheres brancas que através do vídeo tiveram a ajuda de Nátaly para entender mais o que as mulheres negras sofrem, como o racismo e a estereotipagem.

Com a obtenção desses resultados, temos como Identificados um perfil de usuário que compartilha através do seu comentário situações já vividas por eles,

que, de alguma forma, ao assistirem o vídeo da YouTuber remeteram a esta lembrança. Em geral, esses relatos são de mulheres negras que falam de momentos que sofreram algum tipo de racismo, seja pelo cabelo, pela cor da pele ou por um nariz grande.

#### 4.3.2 OS OPINATIVOS

Gráfico 8: Posicionamentos dos Opinativos



Fonte: Elaboração da autora

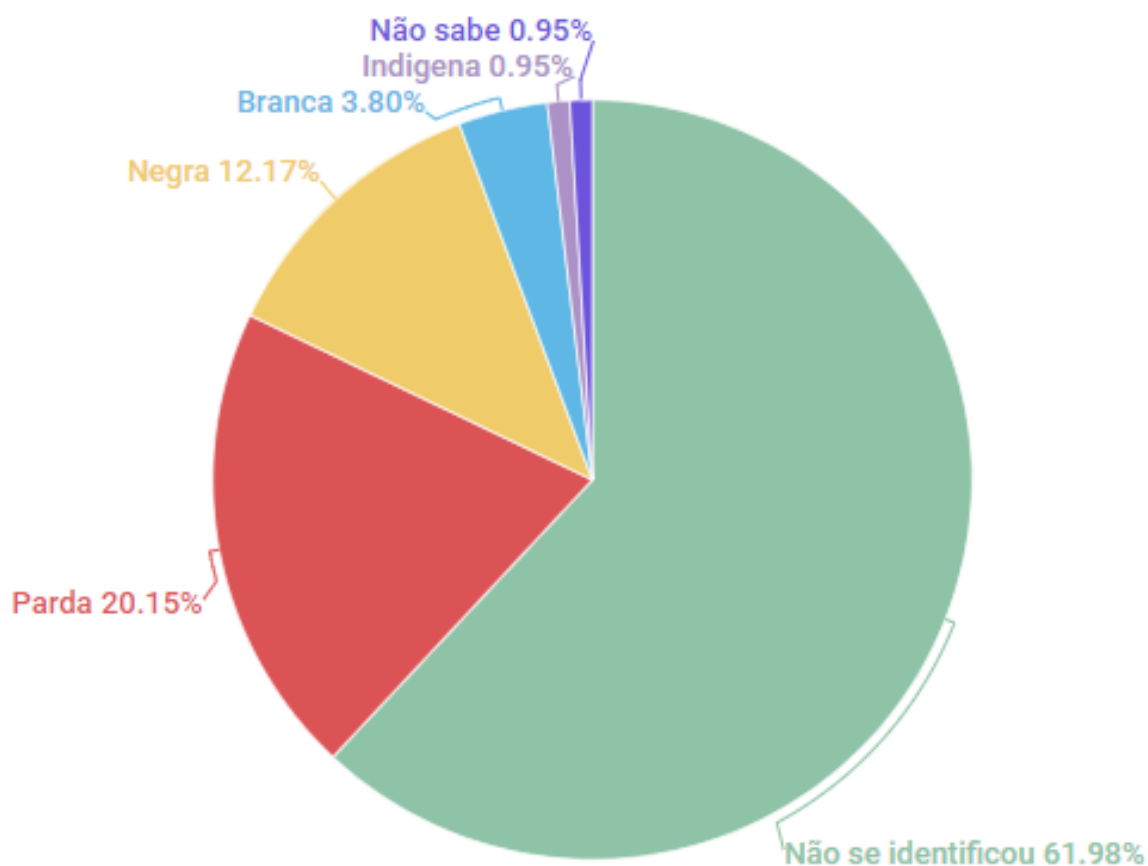
No Gráfico 8 o posicionamento dos opinativos ficou com 41,63% dos comentários a favor. No comentário 576 o relato é apenas deixando sua opinião:

Eu detesto essa classificação "pardo"! Mas respeito quem se auto-declara assim!

Os neutros ficaram com 31,56% dos comentários opinativos e quem é contrário a opinião de Nátaly com 26,81%.



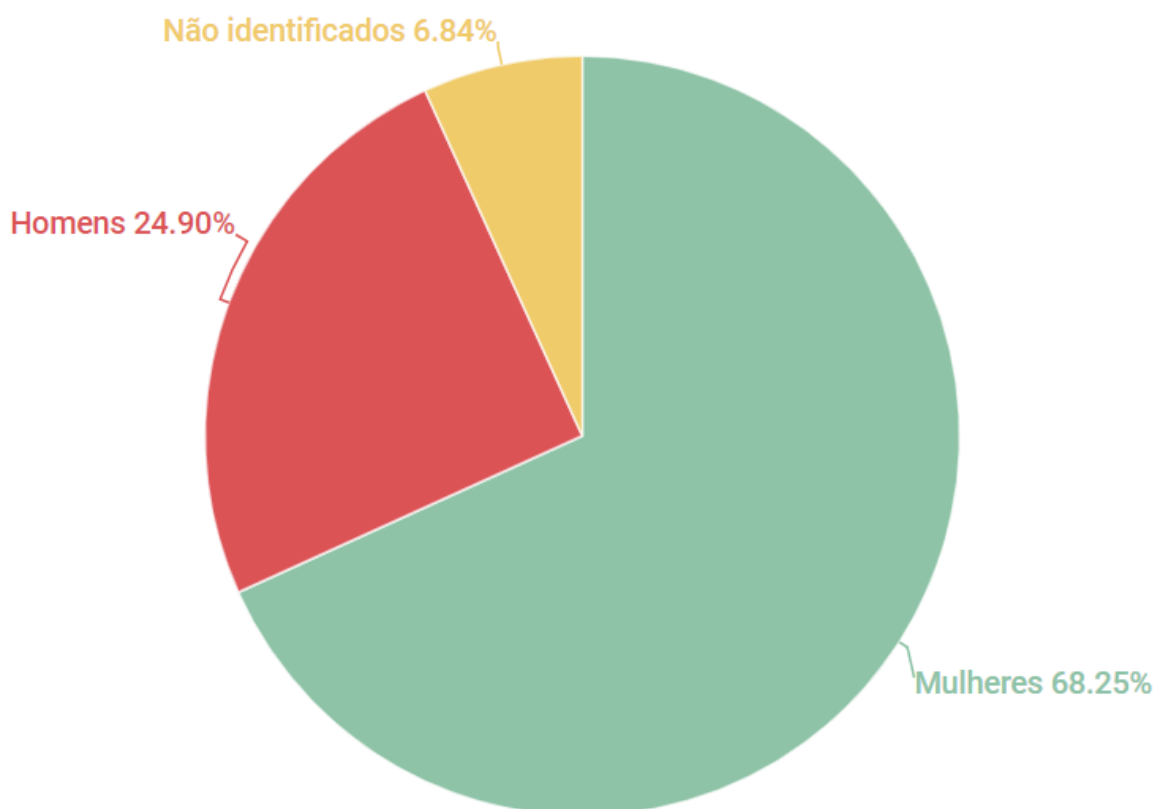
Gráfico 9: Autoidentificação dos Opinativos



Fonte: Elaboração da autora

Mais uma vez, a maior parte da categoria não se identificou sua cor, 61,98%. Então, para permitir um cruzamento mais consistente, a análise será feita com os 20,15% que se declararam ser pardos no Gráfico 9 e que formam o segundo maior número.

Gráfico 10: Gênero dos Opinativos



Fonte: Elaboração da autora

Com 68,25%, as mulheres mais uma vez ficaram com a maior parcela de comentários feitos, dessa vez na categoria Opinativos, após os homens, com 24,90% e aqueles que não conseguimos identificar representam 6,84%.

Agora, cruzando os resultados das maiores parcelas temos o perfil: Opinativo > A favor > Parda > Mulher. Os comentários a seguir mostram esse perfil:

C567 - Por isso me considero parda, por que entendo essa palavra como mistura, e é isso que sou uma mistura de indígenas, brancos, e negros...

C457 - Eu acho complicado. Por exemplo, eu seria aquela que vc olha, sabe que não sou branca, mas tb n sou negra (nas fotos parece que sou mais clara do que realmente sou). Eu já sofri racismo, mas eu não consigo me apropriar do termo negra, porque eu vejo o racismo forte que meus primos, irmã, etc, que são mais escuros (o que chamam de mulato a negro) sofrem e sei que não passo por nada comparado a isso. Eu tento empoderar eles, percebo que minha afilhada, por exemplo, ama os cachos dela porque são como os

meus. Geralmente, eu uso o termo parda e todo mundo fica "Ah, vc n é parda nada, vc é branca" Se eu disser que sou negra, vai causar um reboliço. Enfim, achei bacana isso do colorismo. Sem conhecer o termo, já tinha percebido isso, e é bacana entender de onde veio. Beijão

Os comentários opinativos tiveram a maior porcentagem de mulheres pardas. Esses, se dividem em mulheres pardas que não querem anular sua mestiçagem ou se declaram pardas porque não são nem muito negras ou nem muito brancas para justificar sua autoidentificação.

Sabemos que a mestiçagem existe, principalmente em um país como o Brasil, porém, o que Nátaly afirmou em seu vídeo é que igualmente o racismo pode acontecer, já que é algo estrutural da nossa sociedade, como dito por Almeida (2018).

Nos comentários existem pessoas se declarando pardas porque não querem deixar seu lado não negro de fora dessa autoidentificação, mas segundo o catálogo de etnias do IBGE<sup>16</sup>, dentro da cor preta, estão os que se declaram pardos e negros. Sendo assim, por mais que a pessoa se identifique como parda, para o IBGE ela estará sendo considerada de cor preta. Então, o que Nátaly quis dizer ao afirmar que pardos não existem, é pelo motivo de o termo, inventado na época da política de embranquecimento, servir para pessoas mestiças talvez sentirem mais embranquecidas inconscientemente.

Já as que sofrem por não serem nem muito brancas ou nem muito negras e terminam por se declararem pardas, sofrem com o “negrômetro”, como Nátaly chama as pessoas que opinam sobre a identificação do outro, invés de deixá-lo se encontrar.

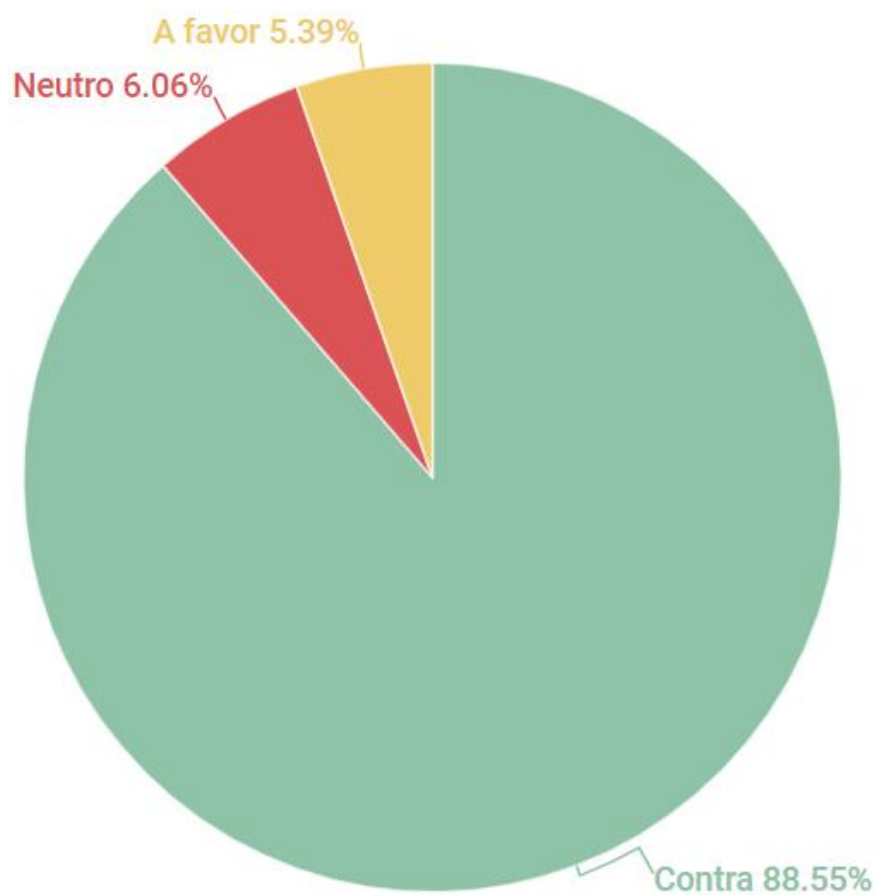
Assim, traçamos que o perfil dos Opinativos são mulheres pardas que apesar de estarem a favor da Nátaly, não querem deixar de lado sua mestiçagem ou se sentem em um “limbo” por não serem nem muito brancas ou nem muito negra. Aqui, se enquadra o Nátaly acredita que é a chave para a pessoa se reconhecer negra ou não, que é ter sofrido racismo. Aqui, podemos dizer que as mulheres que tiveram o comportamento que se encaixou nesta categoria talvez não tenham passado por situações assim.

---

<sup>16</sup> <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv63405.pdf>

### 4.3.3 OS CRÍTICOS

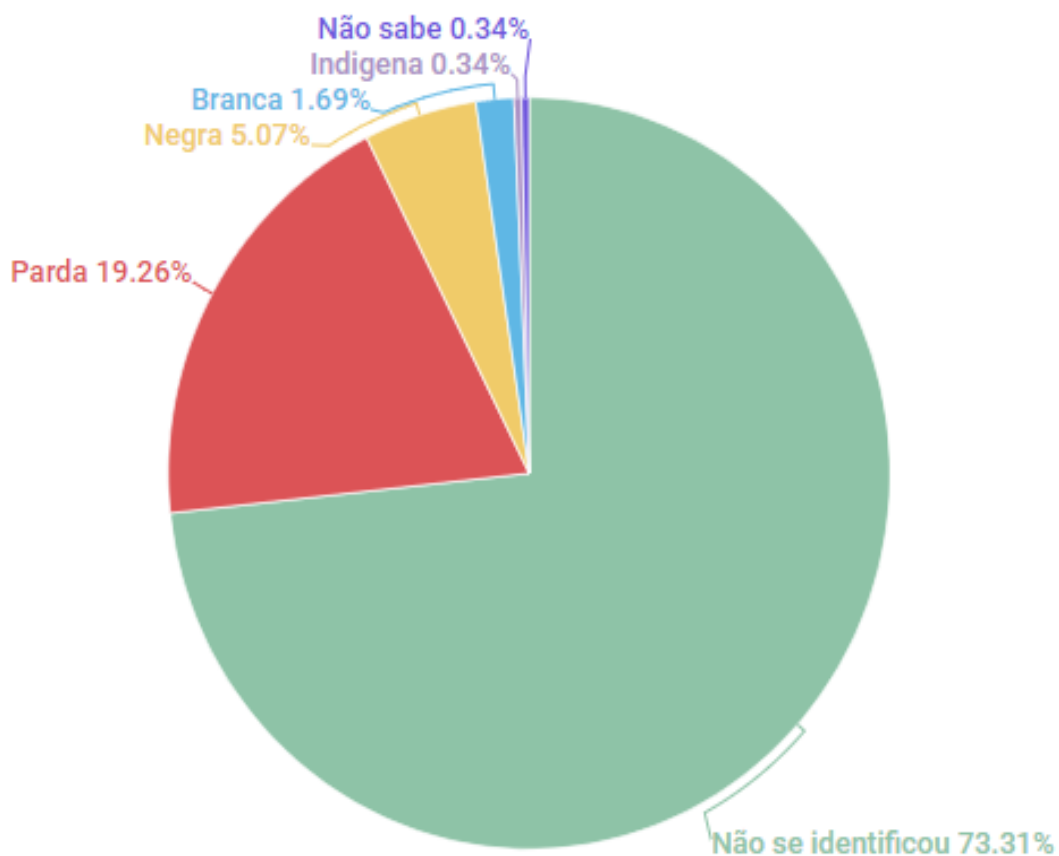
Gráfico 11: Posicionamento dos Críticos



Fonte: Elaboração da autora

No Gráfico 11, podemos ver o resultado do posicionamento dos críticos. Com 88,55% a maioria foi contra o conteúdo do vídeo. O restante foram posicionamentos neutros com 6,06% e a favor, com 5,39%.

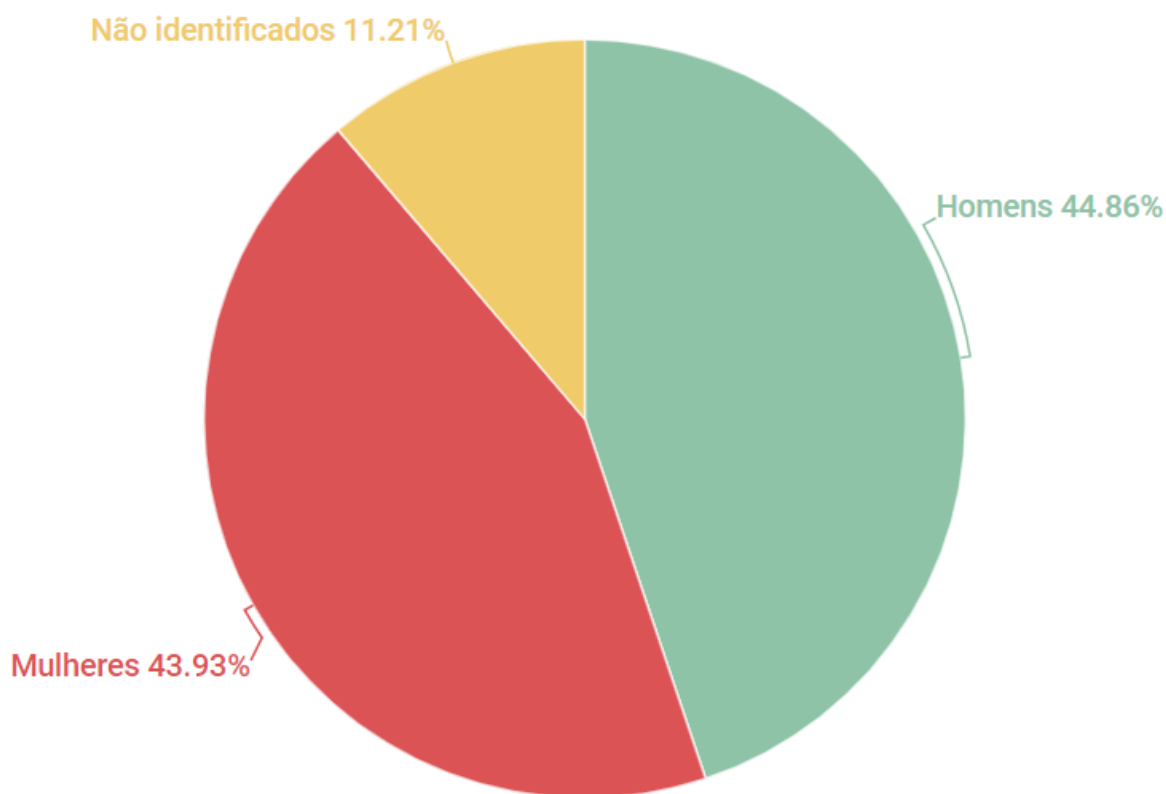
Gráfico 12: Autoidentificação dos Críticos



Fonte: Elaboração da autora

No Gráfico 12, ignorando a primeira parcela, temos a cor parda como maioria dos comentário críticos, com 19,26%. Após, negros com 5,07%, 1,69% brancos, 0,34% de indígenas e 0,34% que não sabem.

Gráfico 13: Gênero dos Críticos



Fonte: Elaboração da autora

Por último, temos o contrário dos resultados das categorias Identificados e Opinativos, pois os Críticos são na sua maioria homens, representando 44,86% dos comentários dessa classificação. Agora, podemos traçar o perfil Críticos > Contra > Parda > Homens:

C151 - A moça do vídeo fala do negro de pele mais clara, então porque não usamos o branco de pele mais escura? Ela disse que não queria ser o "negrometro" de ninguém, mas a partir do momento que ela fala "negros de pele mais clara" e "negro de pele mais escura" ela tá sim medindo algo, negro é negro e branco é branco, ou um, ou outro. Não usamos branco de pele clara no nosso cotidiano, porque são brancos e já basta. Entendem o contexto da coisa? Então o pardo existe e é o mestiço, só isso. Somos vira-latas, e a gente não devia ter tanto problema em querer se encaixar, somos M E S T I Ç O S, P A R D O S. Busquem informações, leiam e vocês se conscientizaram ♡

C644 - Falar que pardo não existe, e que todo pardo é negro não é mesma coisa de anular a parte branca "Enegrecendo" o pardo? Sim! Eu sou pardo! Aceito tanto a minha parte negra quanto minha branca. E vocês do movimento negro vão ter que aceitar isso. Pardos que dizem ser "negros" são uns hipócritas que negam o que realmente são, pra pertencer a uma etnia mais "consolidada" e mais aceita na sociedade.

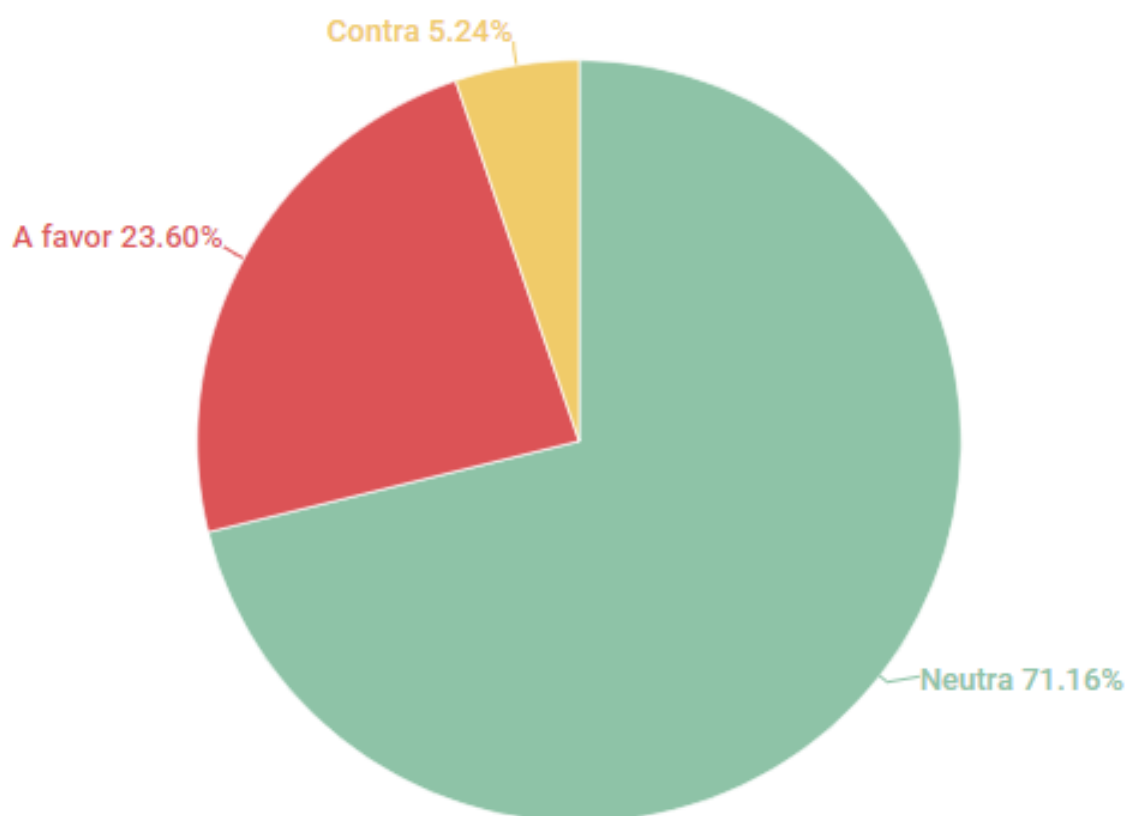
C1929 - Discordo que é discurso para embranquecer a população, eu não me considero negro porque eu quero ser branco, porque eu não sou negro e também não sou branco. Dos meus trisavós até eu, são muitas miscigenações, tem Africano, português, índio, espanhol, asiático, italiano, alemão... eu não posso me considerar negro diante disso tudo, eu sou mestiço ou multiétnico palavra que vem do grego que significa "muitos povos" ou seja, mistura de muitos povos e com características de todos eles, eu tenho características negra, caucasiana, asiática, por causa de todas as misturas. Agora muitos negros não respeitam, querem porque querem que todos se considerem negros sem serem...

Os comentários citados expressam o que foi analisado, os homens críticos, não só os pardos, criticaram mais em suas respostas ao vídeo do que as mulheres pardas, que foram maior parte da categoria Opinativos. Mulheres pardas opinativas apenas expressavam seus pensamentos, enquanto homens pardos construíram uma crítica para Nátaly.

Portanto, o perfil dos Críticos é definido por homens pardos. Sabemos que homens, independente de sua cor, estão acima das mulheres na pirâmide, então, por estarem em um lugar de privilégios acabam adotando o comportamento mais crítico. Também, não exerceram um papel de empatia. Alguns, até mesmo, se sentem superiores por se autoidentificarem pardos.

#### 4.3.4 OS PONDERADOS

Gráfico 14: Posicionamento dos Ponderados

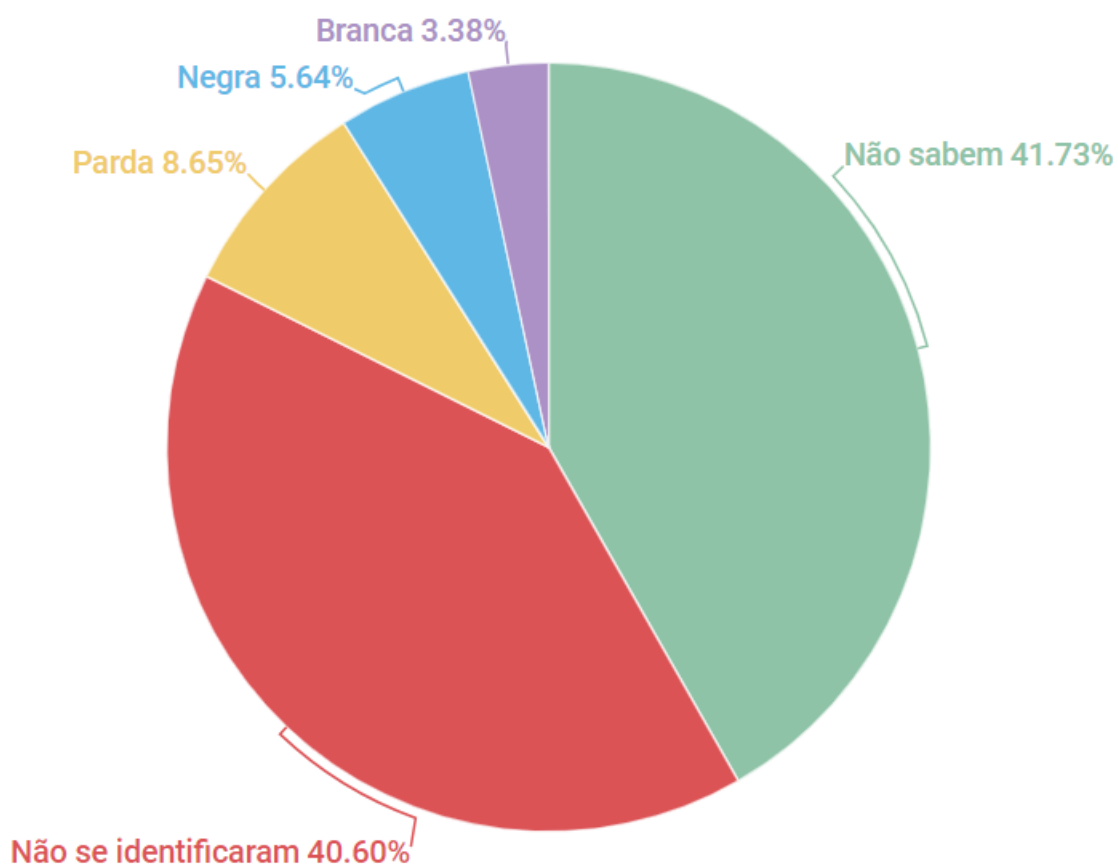


Fonte: Elaboração da autora

A maior parcela dos comentários dos Ponderados foi de posicionamento neutro, com 71,16%, já que são comentários que procurando ter respostas para as dúvidas que surgiram sobre o assunto tratado no vídeo. Após, vêm os que estão a favor, com 23,60% mas que também haviam dúvidas e contras, com 5,24%.



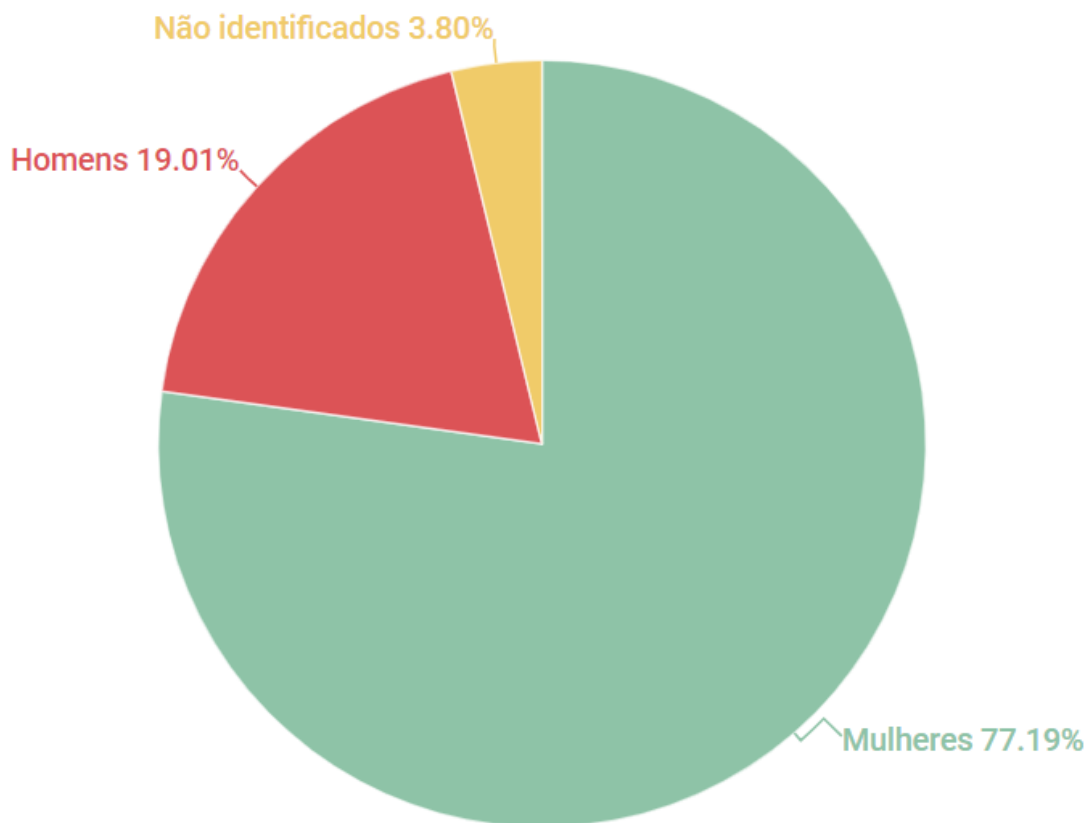
Gráfico 15. Autoidentificação dos Ponderados



Fonte: Elaboração da autora

Diferente da autoidentificação das categorias Identificados, Opinativos e Críticos, a maior parcela de comentários nos Ponderados são 41,73% de pessoas que não sabem identificar a qual etnia elas pertencem. Após, vem 40,60% dos que não se identificaram nos comentários, 8,65% pardos, 5,64% negros e 3,38% brancos.

Gráfico 16: Gênero dos Ponderados



Fonte: Elaboração da autora

Por último, o Gráfico 13 mostra que a maior parte das pessoas que expõem dúvidas nos comentários são mulheres, com 77,19%. A partir de agora, podemos traçar o perfil: Ponderados > Neutros > Não sabem > Mulheres. Os comentários propõem como a internet pode ajudar essas pessoas que não sabem se autoidentificar:

C722 - Eu sou "morena jambo" segundo minha avó negra. Um namorado meu (negro) há muito tempo atrás disse para eu ir atrás de saber, pq ele me considerava negra. Desde então não toco no assunto por medo de represálias, não faço idéia do que define o negro ou o branco, e muito menos o que me define. Estou vendo os vídeos do seu you tube pra tentar me identificar. Axé

C772 - Alguém me ajuda!!!! Eu sou clara porém com traços nitidamente negros. Não consigo me identificar!

### C2075 - Eu não sei o que eu sou, não sei quem eu sigo, NÃO SEI QUE COR QUE EU TENHO

Assim como no primeiro comentário, encontramos muitos ponderados gentis, que se mostraram atentos ao que foi falado em vídeo e relaciona isso com suas dúvidas. Por outro lado, vemos os comentários 772 e 2075 mostrando que o vídeo provocou a confusão sobre sua autoidentificação e esperam encontrar uma verdadeira ajuda de Nátaly ou dos usuários. Foi dentro desses comentários que encontramos as 464 respostas com o comportamento de “negrômetro” aos ponderados pediram ajuda.

Logo, mulher ponderadas que não sabem como se autoidentificar apresentam em seus comentários dúvidas sobre questões étnico raciais referentes a seus ancestrais. Porém, também demonstram já terem sofrido preconceitos relacionados a questões raciais. E assim como as mulheres pardas que estiveram dentro da categoria opinativas, talvez as que não sabem se autoidentificar estejam na mesma situação de nunca terem sofrido racismo.

#### 4.3.5 OS HATERS

Para os *haters*, não apresentaremos gráficos, porque todos tiveram o posicionamento contra, não declararam sua autoidentificação, mas para o gênero, tivemos o seguinte resultado: 45,83% são homens, 33,33% são mulheres e 20,83% não conseguimos identificar o gênero. Assim, temos o perfil: Haters > Contra > Não se autoidentificaram > Homens.

Quadro 1: Exemplos de comentários de *haters*

Nº DO COMENTÁRIO	COMENTÁRIOS
453	Ativistas vagabundos
152	traço fino? com essa boca de caçapa. tá de sacanagem,
230	Esses mestiços PARDOS são tão ridículos e desesperados em serem negros por conveniência que até criam essas teorias esdrúxulas. Vai se foder! RIDÍCULA! NÃO É NEGRA! É MESTIÇA, PARDA, ACEITE-SE! E para de roubar protagonismo de retintos!
2547	sua mãe que te doutrinou a ser uma racista imbecil ou você é autodidata?
2313	além de nêga é burra.

Fonte: elaboração da autora

Sobre os *haters*, o que vemos é um público masculino com comentários ofensivos para o discurso feito por Nátaly. Alguns perfis são contas fakes, com nomes fantasias, feitas propositalmente para isso. Estes, estão presentes apenas para exporem seu caráter racista e sexista, já que muitos a atacam Nátaly por ser negra ou mulher. Acharam nas redes sociais virtuais um meio de exporem suas críticas através da desvalorização do outro.

#### 4.3.6 OS AUTODIVULGADORES

Para os autodivulgadores, não há gráfico e nem análise sobre a relação deles com o vídeo porque a única colocação desses foi divulgar seu próprio canal.

#### 4.3.7 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Como resultado do primeiro objetivo específico do trabalho, conseguimos identificar os tipos de comentários através do comportamento, posicionamento, autoidentificação e gênero. O que permitiu chegarmos ao final com o seguinte perfil de usuários: Identificados > A favor > negra > mulheres. O segundo objetivo específico, foi averiguar como a fala da YouTuber deu início à discussão nestes comentários. O resultado foi que a fala da criadora de conteúdo deu início a isso através de relatos

de situações já vividas pelos que comentaram, para depois expressar sua opinião. Já para o terceiro objetivo específico, que procurava responder como o feminismo e a representatividade negra levantados pela YouTuber medeiam essas temáticas no seu público, foi encontrado um resultado diferente do esperado. Por mais que o vídeo fale sobre a estereotipagem, mais voltada para a mulher, poucos foram os comentários que falassem disso. Sobre representatividade, encontramos muitos agradecimentos à Nátaly pela criação desse tipo de conteúdo.

Podemos então responder a pergunta deste trabalho: como a representatividade negra e o feminismo presentes no vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra” são discutidos pela audiência do Afros e Afins? O público discutiu a representatividade negra através do que já viveu, como situações de racismo, muitas vezes velado, o que foi predominante nos comentários. O feminismo presente não foi discutido, mas, pela maioria da audiência serem mulheres negras, os relatos deixados são situações em que ela é imposta justamente por ser mulher. Então, seu comentário não deixa explícito o feminismo, mas deixa o empoderamento de saber que aquilo que ocorreu não é justo, que ela ter o cabelo natural, ou não, não a deixa menos negra, muito menos que o “negrômetro” de outra pessoa afete sua negritude e racismos que já passou.

Mulheres negras se identificaram mais com Nátaly também por ser uma mulher negra em frente à câmera. Em diversos depoimentos podemos encontrar agradecimentos ao conteúdo criado por Nátaly, afirmando ser necessário na atualidade discussões como essa. Portanto, entendemos assim, que YouTubers negras têm papel fundamental na internet de difusão da representatividade negra. Principalmente para mulheres negras, mas o conteúdo também servirá para homens negros, mulheres e homens não negros. Alcançando cada vez mais esses públicos, com a compreensão do assunto por todos, podemos desconstruir os estereótipos que inferiorizam e invisibilizam tantas mulher negras.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como o conteúdo produzido por YouTubers, como Nátaly Neri, atinge mulheres negras que estão presentes na internet. A proposta da valorização da democratização da distribuição do audiovisual (BURGUES, GREEN, 2009), que inicialmente era para amadores, hoje virou profissão. Criadoras de conteúdo contribuem para um ambiente onde outras mulheres negras se sintam representadas.

Com o capítulo “Sites de redes sociais: YouTube como produto cultural” temos uma base teórica para entender como a construção desse espaço acontece e muda constantemente com a ajuda dos autores Burgess e Green (2009), Keen (2009) e Jenkins (2009). A possibilidade da troca de lugares entre produtores e consumidores de conteúdo na internet permitiu que espaços de discussões importantes para a sociedade ganhassem maior visibilidade na internet.

No capítulo “O feminismo e a mulher negra” houve a contextualização histórica para compreensão da luta das mulheres negras pelos seus direitos, já que o movimento feminista negro é sobre gênero e raça. Podemos entender o quão difícil foi o processo de se sentirem representadas no corpo social, começando primeiro pela busca de pertencimento dentro do movimento feminista e também pelo processo de encontrar a sua identidade.

Com o capítulo de “Metologias” e a análise de conteúdo de Bardin (2010) foi possível avaliar o comportamento dos usuários do YouTube perante assuntos como representatividade negra e feminismo dentro do vídeo “Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra”. Quanto a isso, podemos relacionar ao discurso de Hall (2005), que afirma que a sociedade, com o maior acesso a informações diversas e completas, constroem uma identidade mais unificada.

Além disso, permitiu a compreensão de como mulheres negras estão presentes no ciberativismo, resultante em um comportamento feminista negro, mesmo sem deixar explícito. Uma vez que essas mulheres reconhecem sua atual situação que vivem dentro da sociedade devido seu gênero e etnia (HOOKS, 2015).

Aliado a uma sociedade com mais acesso a informações diversas e completas, o avanço da tecnologia e indústria cultural tem impacto dentro dessas mudanças de identidade pessoal de acordo com o contexto cultural e social.

De um modo geral, conseguimos definir que o maior público atingido por Nátaly são de mulheres negras identificadas com o conteúdo feito no vídeo "Colorismo, ser negro e os 3 mitos da mulher negra". A busca nos resultados era encontrar na fala dessas a representatividade negra e o feminismo nos assuntos. Porém, o feminismo negro acabou ficando em segundo plano, já que os usuários interpretaram a questão do ser negro com maior relevância.

Ainda assim, podemos entender que o feminismo esteve presente entrelinhas porque as falas colocadas sempre indicavam que essas mulheres passaram por alguma situação que as tenha julgado inferiores devido seu gênero e etnia. Na parte de representatividade negra, existem muitos agradecimentos à Nátaly estar produzindo este tipo de conteúdo na internet. Ao se identificarem, as mulheres negras encontraram um espaço onde se sentiram representadas dentro das redes sociais, no caso, no YouTube.

A partir disso, podemos entender como as redes sociais acabam servindo como um produto cultural que atinge a todos os públicos. Já que deu voz para essas mulheres negras se encontrarem no mundo *on-line*, possibilitando a criação de conteúdos voltados para elas mesmas, de modo que alcançassem mulheres negras além do espaço *off-line* que já vivem e atingem. Esse relacionamento criado uniu mulheres de diferentes espaços mas que estão em busca de um mesmo propósito, se sentirem representadas na sociedade que naturaliza mulheres negras estarem na base da pirâmide estrutural.

Os usuários demonstraram interesse e entendimento dos assuntos trazidos ao vídeo, mas deram importância maior a questão de identidade negra. Como consequência disso, o feminismo negro surge nos depoimentos. Diante, leitura dos comentários fica provado que os objetivos de Nátaly, que era alertar os usuários do YouTube sobre os assunto, e desta pesquisa, entender como o vídeo mediou a essa representatividade negra e feminismo nos comentários, foram alcançados. A análise de conteúdo foi fundamental para encontrarmos as respostas e traçarmos o perfil desses que usam a rede social virtual presentes nos comentários do vídeo.

Dada à importância do tema, torna-se necessário o desenvolvimento de projetos que visem à representatividade negra através de criações de conteúdos e YouTubers negras como Nátaly Neri. Isso serve tanto para estudos do comportamento dos usuários perante esses vídeos, quanto os estudos diretamente ligados à

abordagem que é feita nesses vídeos. Já que eles desencadeiam uma comunidade necessitada de criações onde se sintam representadas.

Portanto, esperamos que o presente trabalho ajude em futuros estudos voltados para as redes sociais virtuais que procurem uma pesquisa da representatividade negra e feminismo nesses ambientes *on-lines*. Também, que influencie e colabore para a identificação das mulheres negras entre si, com homens negros e os demais que compõem a sociedade não negra, principalmente para uma melhora da visibilidade da mulher negra como ela é e não como é esperada.



## REFERÊNCIAS

- ADICHIE, Chimamanda. **Sejamos todos feministas**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. Tradução Christina Baum.
- ALBAGLI, Sarita. LASTRES, Helena. **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro. Campus, 1999.
- ALMEIDA, Silvio. **O que é racismo estrutural?**. Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- ALVES, Branca Moreira. **Ideologia e feminismo: a luta pelo voto no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1980.
- ANTOUN, Henrique (org). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa. Portugal: Edições 70, 2010.
- BAUER, Martin W., GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- BOYD, Danah M. ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer: Mediated Communication**, New Jersey, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.
- BURGESS, Jean & GREEN, Joshua. **YouTube: online video and participatory culture**. Cambridge: Polity Press, 2009.
- CARDOSO, Claudia Pons. Amefricanizando o feminismo: o pensamento de Lélia Gonzalez. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 965-986, 2014. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2014000300015#nt60](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2014000300015#nt60). Acesso em: 11 de set. 2018.
- CANTO, Vanessa Santo do; SILVA, Caroline Fernanda Santos da. Mulheres negras brasileiras e a construção de identidades negras positivas: trajetórias e rupturas de um debate político. In: JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS, 4., 2009, São Luís. **Anais...** Disponível em: [http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIV/OLD/eixos\\_OLD/4\\_Questao-de-gene-ro/MULHERES%20NEGRAS%20BRASILEIRAS%20E%20A%20CONSTRU%3%87%3%83O%20DE%20IDENTIDADES%20NE.pdf](http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIV/OLD/eixos_OLD/4_Questao-de-gene-ro/MULHERES%20NEGRAS%20BRASILEIRAS%20E%20A%20CONSTRU%3%87%3%83O%20DE%20IDENTIDADES%20NE.pdf). Acesso em: 25 out. 2018.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e esperança - movimentos sociais na era da internet**. Jorge Zahar Editor Ltda. Rio de Janeiro, RJ. Tradução de Carlos Alberto Medeiros 2012. Disponível em: [https://ciberconflitos.files.wordpress.com/2014/10/castells\\_redes-de-indignacao-e-esperanca.pdf](https://ciberconflitos.files.wordpress.com/2014/10/castells_redes-de-indignacao-e-esperanca.pdf)>. Acesso em: 25 out. 2018.
- DAVIS, Angela. **Mulheres, Cultura e Política**. São Paulo. Boitempo, 2017.

DAVIS, Angela. **Mulheres, Raça e Classe**. São Paulo. Boitempo, 2016.

ELLE, Revista. **Conheça Nátaly Neri, a youtuber que mostra que engajamento e moda têm tudo a ver**. Disponível em: <https://elle.abril.com.br/moda/conheca-nataly-neri-a-youtuber-que-mostra-que-engajamento-e-moda-tem-tudo-a-ver/>.

Acesso em: 17 de set. 2018.

FEDELI, Ricardo Daniel; PERES, Fernando Eduardo; POLLONI, Enrico Giulio Franco. **Introdução à Ciência da Computação**. 2ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas S.a., 2009. p. 280-304.

GIACOMINI, Sonia Maria. **Mulher e escrava: Uma Introdução ao Estudo da Mulher Negra no Brasil**. Rio de Janeiro: Vozes. 1988.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 10 ed. Rio de Janeiro, DP&A, 2005.

HOFBAUER, Andreas. **Uma História de Branqueamento ou o Negro em Questão**. Tese de Doutorado, São Paulo, 1999, FFLCH/USP.

HOOKS, Bell. Intelectuais negras. **Estudos feministas**, Florianópolis, v.3, p. 464-478, 2. Sem.1995. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2014/10/16465-50747-1-PB.pdf>. Acesso em: 28 out. 2018.

HOOKS, Bell. Mulheres negras: moldando a teoria feminista. **Revista Brasileira de Ciências Política**, Brasília, n. 16, p.193-210, jan-abril, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph. 2009.

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

LEMONS, A.; CUNHA, P. (orgs). 2003. **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre, Sulina. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/cibercultura.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2018.

LÉVY, Pierre. O que é a virtualização. In: **O que é o virtual?** São Paulo: 34, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. SERROY, Jean. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MOREIRA, Núbia. **Movimento feminista negro no Brasil | Núbia Moreira**. Café Filosófico CPFL, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TQa0La1YIFw>. Acesso em: 13 out. 2018.

NERI, Nátaly. **Colorismo e os três mitos da mulher negra**. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz\\_NYDo](https://www.youtube.com/watch?v=DGGaLz_NYDo). Acesso em: 11 de julho de 2018.

NICHOLSON, Linda. "Interpretando o gênero". **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 2, 2000.

OLIVEIRA, Laila Thaíse Batista de. Narrativas em rede: feminismo negro nas redes sociais. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE SOCIOLOGIA DA UFS, 1., 2016, Aracaju. Anais... [...]. Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, Programa de Pós Graduação em Sociologia, 2016. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/snsufs/article/view/6080/5093>. Acesso em: 10 de out. 2018.

PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org). **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013. Disponível em: <http://www.feminismos.neim.ufba.br/index.php/revista/article/view/5/43>. Acesso em: 13 out. 2018.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. Editora Fundação Perseu Abramo, São Paulo. 2003.

RAIMUNDO, Valdenice José; GEHLEN, Vitória; ALMEIDA, Daniely. **Mulher negra: inserção nos movimentos sociais, feminista e negro**. Disponível em: <http://www.fundaj.gov.br/geral/observanordeste/valdenice.pdf>. Acesso em: 14 out. 2018.

RECUERO, Raquel. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação)- Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/teseraquelrecuero.pdf>. Acesso em: 8 de set. 2018.

SCOTT, Joan Wallach. **História das mulheres**. In: BURKE, Peter (Org.) A escrita da história: novas perspectivas. São Paulo: Editora da Unesp, 1992, p.63-96.

SOARES, Vera. Movimento de mulheres e feminismo: evolução e novas tendências. **Revista Estudos feministas**, Florianópolis, v. 2, 2. Sem. 1994. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16089/14633> Acessado em: 11 out. 2018.

SOUZA, Queila (org). **O Tempo das Redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

SPYER, Juliano. **Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2010. Disponível em:

<http://www.andretelles.net.br/downloads/a-revolucao-das-midias-sociais-andre-telles.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2018.

TOALDO, M. M.; RODRIGUES, A. I. **Interação e engajamento entre marcas e consumidores/ usuários no Facebook**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., Rio de Janeiro, 2015. Anais...[...] São Paulo: Intercom, 2015. p. 1-15. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/129814> Acesso 27 ago. 2018.

YouTube Creators. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/>. Acesso em 25 de agosto de 2018.

Youtube Insights 2017. YouTube. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/>. Acesso em: 11 jul. 2018.

Playlist YouTube Negro. 2016. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=OnLL9Naq2Gw&list=PL7TPlcav5cfZO8KZAAbGwJcqrPEtdO\\_z](https://www.youtube.com/watch?v=OnLL9Naq2Gw&list=PL7TPlcav5cfZO8KZAAbGwJcqrPEtdO_z) . Acesso 04 nov. 2018.

DOMINGUES, Petrônio. Movimento negro brasileiro: história, tendências e dilemas contemporâneos. **Dimensões**: Revista de História da Ufes, Vitória, n. 21, 2008. Disponível em: <http://www.periodicos.ufes.br/dimensoes/article/view/2485>. Acesso em 09 out. 2018.