

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA  
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - BACHARELADO

**NEGRITUDE NA TELA:**  
MANIFESTAÇÕES DA LUTA ANTIRRACISTA NO YOUTUBE BRASIL

PORTO ALEGRE

2018

Evelucia Cutrim

**NEGRITUDE NA TELA:**

**MANIFESTAÇÕES DA LUTA ANTIRRACISTA NO YOUTUBE BRASIL**

Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Sociais, apresentado ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof. Dra. Luciana Garcia de Mello

PORTO ALEGRE

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA  
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – BACHARELADO

**AUTORIZAÇÃO**

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado Negritude na tela: manifestações da luta antirracista no YouTube Brasil, de autoria de Evelucia Nunes Cutrim, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, dezembro de 2018.

Assinatura:

X

---

Prof. Dra. Luciana Garcia de Mello

### CIP - Catalogação na Publicação

Cutrim, Evelucia Nunes

Negritude na tela: manifestações da luta  
antirracista no YouTube Brasil / Evelucia Nunes  
Cutrim. -- 2018.

68 f.

Orientadora: Luciana Garcia de Mello.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto  
de Filosofia e Ciências Humanas, Bacharelado em  
Ciências Sociais, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. YouTube. 2. movimento negro. 3. youtubers. 4.  
luta antirracista. I. de Mello, Luciana Garcia,  
orient. II. Título.

Evelucia Cutrim

**NEGRITUDE NA TELA:**

**MANIFESTAÇÕES DA LUTA ANTIRRACISTA NO YOUTUBE BRASIL**

Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Sociais, a ser apresentado ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais.

**BANCA EXAMINADORA**

A banca examinadora resolveu atribuir o conceito \_\_\_\_ à aluna Evelucia Nunes Cutrim na atividade de ensino Trabalho de Conclusão de Curso em Sociologia, pela apresentação deste trabalho.

Porto Alegre, dezembro de 2018.

X

---

Prof. Dra. Luciana Garcia de Mello

X

X

*Dedico a minha irmã, Maria Vitória e a minha sobrinha, Maria Esther.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, em especial minha mãe, Elisiane Nunes, e meus tios Euline, Eulenir, Elizeth e Evandro pelo incentivo e suporte nos meus estudos.

Aos meus professores e professoras do curso de graduação em Ciências Sociais pelos ensinamentos nessa minha jornada pela universidade.

*Broadcast yourself*

YouTube

## RESUMO

O objetivo dessa dissertação é compreender o processo de disseminação e visibilidade de pautas do movimento negro no YouTube, e como a questão racial no Brasil é entendida através das interações do público na caixa de comentários do vídeo de maior engajamento da *playlist* #YouTubeNegro. Para tanto, esquematizo os vídeos que fazem parte desse projeto, assim como as manifestações do público a partir da caixa de comentários para, assim, examinar como ocorre a discussão das temáticas do movimento negro tanto pelos emissores quanto pelos receptores. Abordo os principais estágios da construção do movimento negro no Brasil para melhor compreender de que forma a luta antirracista se manifesta hoje. O quadro teórico também traz a discussão da cibercultura para entender o YouTube enquanto plataforma que possibilita a conexão social. Adoto a etnografia virtual como aporte metodológico, tendo como procedimentos a observação das interações, a coleta de dados com uso de tecnologias informacionais (*software* NVivo) e a análise de conteúdo. Entre os resultados, aponto o YouTube Space como mobilizador da redução das desigualdades e fomentador da diversidade no ambiente virtual. Além disso, parto dos perfis de posicionamento do público para exibir as expressões diversas da audiência quanto à temática do vídeo. Por fim, evidencio a força do mito da democracia racial no imaginário do público e a exaltação à miscigenação, constatados, sobretudo, na negação de desigualdade racial por parte dos comentaristas.

Palavras-chave: YouTube, movimento negro, *youtubers*, luta antirracista

## ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to understand the process of dissemination and visibility of black movement agenda on YouTube, and how the racial issue in Brazil is understood through the interactions of the public in the comment box of the most engaged video of the #YouTubeNegro *playlist*. To do so, I outline the videos that are part of this project, as well as the manifestations of the public from the comment box to, thus, examine how the discussion of the themes of the black movement by both transmitters and receivers occurs. I discuss the main stages of the construction of the black movement in Brazil to better understand how the anti-racist struggle is manifested today. The theoretical framework also brings the discussion of cyberculture to understand YouTube as a platform that enables social connection. I adopt virtual ethnography as a methodological contribution, having as procedures the observation of interactions, the collection of data using information technology (NVivo *software*) and content analysis. Among the results, I point YouTube Space as a mobilizer of reducing inequalities and fostering diversity in the virtual environment. In addition, I depart from the positioning profiles of the audience to show the diverse expressions of the public regarding the theme of the video. Finally, I highlight the strength of the myth of racial democracy in the public imagination and the exaltation of miscegenation, especially in the denial of racial inequality by the commentators.

Keywords: YouTube, black movement, youtubers, antiracist fight

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vídeos que compõem a <i>playlist</i> #YouTubeNegro.....	37
Figura 2 - <i>Printscreen</i> do vídeo ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE?   FT. NÁTALY NERI .....	41
Figura 3 - Nuvem de palavras: Adoradores.....	59
Figura 4 - Nuvem de palavras: <i>Haters</i> .....	59

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Linha do tempo sobre o YouTube .....	30
Tabela 2 - Canais com maior número de inscritos no YouTube .....	32
Tabela 3 - Perfil de posicionamento do público .....	47
Tabela 4 - Perfil de posicionamento de acordo com os comentários .....	49

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1 O MOVIMENTO DE MOBILIZAÇÃO NEGRO.....</b>	<b>18</b>
1.1 A configuração brasileira.....	19
1.2 O ativismo por meio da autocomunicação de massas.....	25
<b>2 YOUTUBE: UM PANORAMA .....</b>	<b>27</b>
2.1 Os “ <i>youtubers</i> empreendedores” .....	34
2.2 O YouTube Space .....	35
<b>3 #YOUTUBENEGRO: INTERAÇÕES SOBRE A VISIBILIDADE DE NEGROS NO YOUTUBE .....</b>	<b>37</b>
3.1 Onde estão os negros no YouTube? .....	40
3.2 Da caixa de comentários .....	47
3.2.1 Perspectivas quanto à luta antirracista .....	50
3.2.2 Discurso da audiência conforme o perfil de posicionamento .....	58
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>63</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>65</b>

## INTRODUÇÃO

A elaboração de discursos dispostos em redes sociais indica, em tese, o aumento do debate de temáticas restritas, pouco recorrentes ou totalmente ignoradas por setores privados e públicos da sociedade, como é a problematização de questões raciais, por exemplo. Nos últimos anos, muitas foram às formas de ativismo político e ideológico que se deram por meio da internet no Brasil. Entre elas, estão as discussões acerca de pautas do movimento negro levantadas por criadores de conteúdo em vídeos hospedados no site YouTube. O debate frequente da questão racial na plataforma nos últimos anos, muitas vezes com o auxílio do YouTube Space, chamou a minha atenção.

Os sites de redes sociais, tal como o YouTube, apresentam-se como palcos importantes de compartilhamento de opiniões pessoais e coletivas. Por meio de vídeos, por exemplo, voltados ao tema da raça no Brasil, muitos conteúdos são problematizados, entre eles, questões como a visibilidade de produtores de conteúdo negros na plataforma, o empoderamento e autoestima da mulher negra, o empreendedorismo negro, etc. Nesse sentido, a produção de conteúdos voltados para essas temáticas em sites de redes sociais surge como importante oportunidade de propagação do assunto, no sentido de que se estabelecem como local em que muitas pessoas têm o primeiro contato com o tema. Ao mesmo tempo, os que já tiveram outros contatos com o assunto podem assim passar a analisá-los por meio de novas perspectivas. Não se trata, portanto, de defender a difusão de conteúdos superficiais, mas de entender o meio virtual também como palco de contestação e visibilidade à medida que oferece a disseminação de muitos conteúdos.

A visibilidade proporcionada pelas redes sociais torna-se importante na medida em que proporciona a contestação, ainda que virtual, e viabiliza muitas formas de fazer denúncia de temas ignorados ou tratados como problemas particulares de um grupo expressando, ao mesmo tempo, a constituição de um problema da sociedade brasileira. Os *youtubers* negros, nesse contexto, tornam-se agentes de muitas denúncias ao terem não só espaço de diálogo por meio dos vídeos, mas de possuírem a oportunidade de compartilhar e problematizar o conteúdo reproduzido pelos mesmos. Neste contexto, “De que forma a discussão da questão racial se insere no YouTube Brasil e como a audiência se interrelaciona com essas manifestações da luta antirracista a partir da caixa de comentários?”.

Os atores analisados nesta pesquisa são os criadores de conteúdo que foram convidados em 2016 pelo YouTube Space para colaborar com uma *playlist* pautando a

diversidade e questões raciais, a #YouTubeNegro. Estes, ao trazerem o diálogo de tais temáticas, mesmo que não voltadas a uma mobilização específica ou fora do ambiente virtual, permitiram que a manifestação de discursos promovesse a interação do público por meio da caixa de comentários. Neste sentido, o fio condutor da pesquisa é a conexão da luta antirracista com formas de ativismo nas redes midiáticas, sendo o objeto de análise a #YouTubeNegro, examinando em especial as falas contidas no conteúdo com maior engajamento da audiência.

O objetivo desta pesquisa, de um modo geral, é conhecer, compreender e analisar o conteúdo relativo à luta antirracista apresentado nos vídeos que compõem a *playlist* citada, com maior atenção a gravação de maior interatividade. Para tanto, pretende-se:

- a) Observar o envolvimento por parte da audiência nos canais da publicação ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI, através da leitura dos comentários feitos no vídeo;
- b) Analisar os comentários escritos, de acordo com perfis de posicionamento do público, no vídeo em questão e como estes interagem com as manifestações da luta antirracista no YouTube Brasil e
- c) Averiguar a atuação do YouTube Space enquanto local de investimento no fator humano para a promoção da diversidade na plataforma em termos nacionais.

O método escolhido para responder o problema de pesquisa foi a etnografia virtual ou netnografia. A etnografia é um método de pesquisa qualitativo desenvolvido tendo em vista a inserção do pesquisador no campo, a fim de descrever e interpretar as realidades sociais e culturais, no qual o conhecimento científico é gerado de dentro do grupo estudado. Apesar de historicamente a etnografia estar vinculada à noção de campo enquanto espaço geográfico é inevitável ter em mente que as novas tecnologias, especialmente a Internet, estão inseridas em grande parte da vida cotidiana e das relações sociais e que, por tal fato, que o campo sociológico não pode ser configurado apenas dentro dos limites físicos: o ciberespaço também passa a fazer parte do campo da pesquisa etnográfica (MURTHY, 2008).

A partir daí, buscando adaptar as práticas e técnicas da investigação etnográfica, etnografia virtual surge como uma alternativa metodológica para pesquisadores interessados em investigar comunidades e culturas que se formam em ambientes online e cujos atores interagem entre si através da comunicação mediada por computador. A etnografia virtual estuda as práticas sociais na internet e o significado destas para os participantes. É uma forma de empreender um estudo detalhado das relações nos espaços virtuais, a partir da qual a internet deve ser compreendida como interface cotidiana da vida dos sujeitos. É um lugar de

encontro que permite a formação de comunidades, grupos estáveis, além da emergência de novas formas de sociabilidade. Por meio desta, também é possível estudar experiências pessoais que emergem a partir das observações de campo (HINE, 2004).

Murthy (2008) salienta que as novas tecnologias podem expandir o alcance da pesquisa social de maneira exponencial, permitindo a entrada de grupos de difícil acesso, por estarem geograficamente dispersos ou por serem grupos marginalizados que tendem a não se expor. Por isso, defende o desenvolvimento de métodos e técnicas de investigação que explorem este potencial e permitam que os pesquisadores consigam uma melhor compreensão da sociedade em relação às novas tecnologias. Nesse sentido, as redes sociais são entendidas como um local de fluxos organizado pelas conexões e não pela localidade, um espaço social próprio no qual um público diverso desenvolve uma cultura distinta.

Tendo em mente que os sujeitos, tanto da audiência, quanto os da produção de conteúdo, estão presentes em mais de um site de rede social e que as dinâmicas se expandem para outras redes como o Instagram, Twitter, além de outros canais no YouTube e *fanpages* no Facebook, criando um conteúdo em cima do vídeo que se acumula às centenas, foi decidido delimitar o campo ao YouTube. Sendo assim, para este estudo, a caixa de comentários no YouTube é colocada como o principal ambiente onde ocorrem interações entre os sujeitos. Mais especificamente, é considerado o vídeo ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI da #YouTubeNegro, produção com maior volume de engajamento da *playlist* e, conseguinte, com maior abertura de análise da atuação da audiência.

A partir da estratégia metodológica apontada e tendo feitas as delimitações, o estudo é realizado a partir de três procedimentos:

- a) Observação de interações: por meio da observação dos comentários do vídeo é possível entender como se comportam os sujeitos presentes no campo.
- b) Coleta de dados: são considerados os dados possíveis do campo delimitado. Para a coleta dos dados do YouTube foi utilizada uma extensão do *software* desenvolvido para coleta de informações em sites de redes sociais, o NCapture, posteriormente introduzidos como fonte no NVivo.
- c) Análise qualitativa dos dados: por meio de uma análise de conteúdo qualitativa, procura-se encontrar temas e comportamentos substanciais em relação ao assunto do vídeo na dinâmica dos diversos sujeitos. Nesse procedimento foi utilizado o *software* NVivo para categorizar as informações não-estruturadas possíveis.

Dito isso, o trabalho está organizado da seguinte maneira:

No primeiro capítulo, **O movimento de mobilização negro**, são abordados os principais momentos históricos que envolvem o movimento negro. O segundo capítulo, **YouTube: um panorama**, serve como uma introdução ao objeto empírico a ser discutido. O capítulo seguinte, **#YouTubeNegro: Interações sobre a visibilidade de negros no YouTube**, finaliza a análise, focando nos comentários deixados no vídeo com maior participação do público da *playlist*.

Espera-se que, ao apontar as manifestações da luta antirracista no YouTube, esse estudo consiga expor as maneiras recentes da comunicação e das trocas que os ambientes virtuais estão promovendo, viabilizando diversos modos e tipos de ativismos fora dos ambientes nos quais os afrodescendentes ainda não são devidamente representados e, dessa forma, colaborar com a discussão não apenas sobre essas novas expressões da luta antirracista, mas sobre como as caixas de comentários de sites de rede social possibilitam espaços maiores de diálogo e como tais posicionamentos do público demonstram os pensamentos dos sujeitos.

## 1 O MOVIMENTO DE MOBILIZAÇÃO NEGRO

Indicadores do funcionamento das sociedades, os movimentos sociais permitem identificar as tensões entre grupos de interesse e revelam, em cada momento histórico, áreas de carência estrutural, focos de insatisfação, desejos coletivos, permitindo o conhecimento do modelo de sociedade dentro da qual se articulam. De fato, os movimentos sociais realizam um papel histórico, pois impulsionam o campo social para formas superiores de organização e buscam a institucionalização jurídico-legal das conquistas. Com sua ausência, o alcance da pluralização e da democratização políticas e, conseqüentemente, do espaço de desenvolvimento e de atuação das identidades sociais e individuais se encontram limitados. Um exemplo de grupo social que se encontra nesta mobilidade é a população negra (BEM, 2006).

O movimento negro pode ser compreendido como a luta dos negros na perspectiva de resolver seus problemas na sociedade abrangente, particularmente os provenientes dos preconceitos e das discriminações raciais, que os marginalizam em diversas áreas como o mercado de trabalho, no sistema educacional, político, social e cultural (PINTO, 1992). Outra definição é a apresentada por Joel Rufino dos Santos, compreendendo:

(...) todas as entidades, de qualquer natureza, e todas as ações, de qualquer tempo [aí compreendidas mesmo aquelas que visavam à autodefesa física e cultural do negro], fundadas e promovidas por pretos e negros (...). Entidades religiosas [como terreiros de candomblé, por exemplo], assistenciais [como as confrarias coloniais], recreativas [como “clubes de negros”], artísticas [como os inúmeros grupos de dança, capoeira, teatro, poesia], culturais [como os diversos “centros de pesquisa”] e políticas [como o Movimento Negro Unificado]; e ações de mobilização política, de protesto anti-discriminatório, de aquilombamento, de rebeldia armada, de movimentos artísticos, literários e ‘folclóricos’ – toda essa complexa dinâmica, ostensiva ou encoberta, extemporânea ou cotidiana, constitui movimento negro (SANTOS, 1994, p. 157).

Contudo, esta definição de Rufino dos Santos só faz sentido do ponto de vista militante. Não só em sua definição movimento negro é múltiplo, como também em suas pautas e atuações. Se considerado o movimento negro todos os movimentos que organizem em qualquer tempo e aspecto sob qualquer rubrica descendentes de africanos no Brasil, neste capítulo estariam faltando outras proposições, como as relacionadas ao seu caráter cultural. Para fins de estudo, trato aqui essencialmente do movimento político de mobilização racial (DOMINGUES, 2007).

Nesse contexto, para entender melhor as formas de resistência contemporâneas à exclusão social forjadas pela população negra no país é relatada sua trajetória, do ponto de vista historiográfico, a seguir.

### **1.1 A configuração brasileira**

Os povos africanos tiveram um papel ativo na colonização e povoamento do Brasil, porém em condições indubitavelmente desfavoráveis, pois o fizeram na condição de escravos. Juridicamente coisificados, homens e mulheres escravizados podiam ser doados, vendidos, trocados, legados nos testamentos de seus senhores e partilhados, como quaisquer outros bens em uma estratégia de dominação que buscava desumanizá-los ao mesmo tempo em que seus direitos não eram cedidos (AMARAL, 2011).

Para escapar do trabalho forçado e reencontrar sua condição humana, os negros escravizados se organizavam em quilombos, onde viviam livres em comunidades que variavam desde pequenos grupos a centenas de pessoas. Primeira grande representação do movimento negro no Brasil, a quilombagem, foi uma força de enfraquecimento significativa ao sistema escravista, contribuindo para que esse tipo de trabalho entrasse em crise e fosse substituído pelo trabalho livre (MOURA, 1992).

Sobre o movimento emancipacionista da quilombagem, Clóvis Moura relata:

O quilombo foi, incontestavelmente, a unidade básica de resistência do escravo. Pequeno ou grande, estável ou de vida precária, em qualquer região em que existisse a escravidão lá se encontrava ele como elemento de desgaste do regime servil. O fenômeno não era automatizado, circunscrito à determinada área geográfica, como a dizer que somente em determinados locais, por circunstâncias mesológicas favoráveis, ele poderia afirmar-se. Não. O quilombo aparecia onde quer que a escravidão surgisse. Não era simples manifestação tópica. Muitas vezes surpreende pela capacidade de organização, pela resistência que oferece; destruído parcialmente dezenas de vezes e novamente aparecendo, em outros locais, plantando a sua roça, construindo suas casas, reorganizando sua vida e estabelecendo novos sistemas de defesa. O quilombo não foi, portanto, apenas um fenômeno esporádico. Constituíam-se em fato normal dentro da sociedade escravagista. Era a reação organizada de combate a uma forma de trabalho contra a qual se voltava o próprio sujeito que a sustentava (MOURA, 1992, p.24).

O quilombo mais emblemático durante o período colonial foi o Quilombo dos Palmares, formado no século XVII, na Serra da Barriga, região entre os estados de Alagoas e Pernambuco, e liderado por alguns anos por Zumbi dos Palmares, um dos pioneiros na resistência contra a escravidão, tornando-se um símbolo para o movimento negro. O dia 20 de novembro, data estabelecida por lei como Dia Nacional da Consciência Negra, foi declarada

em homenagem a Zumbi, assassinado em 1695. Mais do que um momento de valorizar e dar visibilidade à cultura negra, o Dia Nacional da Consciência Negra propõe o combate ao racismo em todas suas expressões e manifestações (MOURA, 1987).

Ameaça para a ordem senhorial da colônia, o Quilombo dos Palmares concentrava um grande número de escravos fugidos que resistiram durante muito tempo abatendo em diversos níveis as forças produtivas escravistas, “quer pela ação militar, quer pelo rapto de escravos das fazendas, fato que constituía, do ponto de vista econômico, subtração compulsória das forças produtivas da classe senhorial” (MOURA, 1987, p.14).

O segundo reinado foi rico em movimentos de resistência negra frente à escravidão. Os escravos agiram avaliando as possibilidades do momento de desmoralização mundial da escravidão e crescimento de um sentimento antiescravista entre a população livre, principalmente na população urbana. Dá-se o início aos movimentos abolicionistas, que atuavam geralmente dentro de associações, que tinham os seus objetivos definidos em estatutos. Estas associações começaram a surgir nos finais da década de 1860 e, na década de 1880, já haviam se espalhado por todo o Brasil. Realizando discursos inflamados contra a escravidão e promovendo passeatas, foi possível a mobilização de um grande número de pessoas. O que começou como um movimento de setores médios da sociedade acabou envolvendo indivíduos de classes, cores e origens diversas (AMARAL, 2011).

Enquanto a campanha abolicionista acontecia, o racismo científico também ganhava força. Tratava-se de um momento singular no pensamento social brasileiro a questão da construção nacional movida pelo desejo de branquear a população brasileira e do incentivo à miscigenação. Em razão disso, defendia-se que o progresso só seria viável se os trabalhadores negros fossem substituídos por imigrantes. Classificando negros como raças inferiores, acreditou-se que com a entrada maciça de imigrantes europeus no país a população brasileira, ao longo dos anos, iria se embranquecer (SKIDMORE, 1976; SCHWARCZ, 1993; GUIMARÃES, 2008).

Outros, no entanto, defendiam que após a abolição deveria haver políticas públicas que trouxessem benefícios à população negra e ex-escravos como, por exemplo, o acesso à terra ao liberto para promover uma maior inclusão social. Havia ainda quem associasse o fim da escravidão à luta contra a discriminação racial, como era o caso de Luiz Gama<sup>1</sup>, um ex-

---

1 Luiz Gama (1830-1882) foi um importante líder abolicionista, jornalista e poeta brasileiro. Envolvido em movimentos contra a escravidão, Gama denunciou e condenou fazendeiros e senhores de escravos. Nos tribunais, defendia os escravos que podiam pagar pela carta de alforria, mas eram impedidos por seus donos. Defendia também os escravos que entraram no território nacional após a proibição do tráfico negreiro de 1850. Conseguiu

escravo que se tornou liderança abolicionista. Um dos primeiros a denunciar o racismo contra o negro, Gama acreditava que a abolição da escravatura no Brasil poderia ocorrer sem transtornos por não existirem ódios raciais como existia nos EUA (AMARAL, 2011).

A escravidão no Brasil é abolida de forma gradual e sem qualquer inclusão social ou compensação financeira para os libertos. Com a instauração da república e em meio a uma discussão sobre o lugar da população negra na nação brasileira as elites brancas letradas, a fim de continuar mantendo as hierarquias sócio raciais, constroem projetos políticos conservadores que limitavam a cidadania da população negra. Alguns movimentos sociais ocorridos nos primeiros anos da república mostraram o descontentamento com a falta de direitos civis, como é o caso da Guerra de Canudos<sup>2</sup> (Bahia, 1896-1897); a Revolta da Vacina<sup>3</sup> (Rio de Janeiro, 1904) e a Revolta da Chibata<sup>4</sup> (Rio de Janeiro, 1910) (AMARAL, 2011).

Para reverter esse quadro de marginalização, os libertos, ex-escravos e seus descendentes deram continuidade às associações nascidas no século XIX e instituíram outros movimentos de mobilização racial negra no Brasil, de cunho eminentemente assistencialista, recreativo e/ou cultural em alguns estados da nação. Por meio deles, ativistas negros desenvolveram ações de combate à discriminação racial e formularam diversas propostas de inclusão social da população afrodescendente (DOMINGUES, 2007).

Simultaneamente, apareceu o que se denomina imprensa negra: jornais publicados por negros e a estes destinados. Com o objetivo de noticiar e discutir problemas vivenciados pela população negra, que não possuía espaço na grande mídia, esses periódicos davam o enfoque nas mais diversas mazelas passadas pela comunidade, tornando-se um lugar privilegiado para se pensar em soluções concretas para o problema do racismo na sociedade brasileira (DOMINGUES, 2007).

---

libertar mais de 500 cativos. Sua morte causou uma verdadeira comoção popular, data comumente utilizada pela historiografia como um ponto de inflexão no movimento abolicionista, que a partir desse período passaria por um processo de radicalização envolvendo diversos setores populares. Estes, formados na sua maioria por negros e mestiços, enfrentavam as forças policiais na captura de escravizados fugitivos e se manifestavam contra os castigos corporais e a venda de escravizados para outras províncias (AMARAL, 2011).

2 Tendo muitos de seus combatentes negros, a Guerra de Canudos foi um confronto entre um movimento popular de fundo sócio religioso e o Exército da República, que durou de 1896 a 1897, na então comunidade de Canudos, no interior do estado da Bahia, no Brasil.

3 Em um momento em que o Estado buscava purgar o Brasil dos costumes africanos, a Revolta da Vacina se deu como uma rebelião popular contra a vacina anti-varíola, ocorrida no Rio de Janeiro, em novembro de 1904.

4 A Revolta da Chibata foi um levante de cunho social, realizado em subdivisões da Marinha, sediadas no Rio de Janeiro em uma época em que 90% dos marinheiros eram formados por negros, muitos deles libertos.

Reivindicando-se com um caráter mais político, em 1931, em São Paulo, é fundada a Frente Negra Brasileira (FNB). Com o propósito de integrar o negro aos padrões de comportamento predominantes na sociedade para que as desigualdades sociais pudessem ser superadas, a FNB reuniu milhares de “pessoas de cor”, como era dito na época, convertendo o movimento negro no Brasil em um movimento de massa. Em 1936, a FNB transformou-se em partido político e pretendia participar das eleições futuras. A entidade chegou a ser recebida pelo Presidente da República da época, Getúlio Vargas, tendo algumas de suas reivindicações atendidas, o que indica o poder de barganha que o movimento negro organizado dispunha. Com a instauração da ditadura do Estado Novo, em 1937, a Frente Negra Brasileira foi extinta (DOMINGUES, 2007).

O Estado Novo (1937-1945) foi caracterizado por uma violenta repressão política, inviabilizando qualquer movimento contestatório. Mas, com sua queda, o movimento negro ressurgiu ampliando sua área de alcance, porém não mais se agrupando em um local só. Os grupos cujas ações adquiriram mais visibilidade foram a UHC (União dos Homens de Cor), entidade que atuava com a finalidade de elevar o nível econômico e intelectual dos negros em todo o território nacional e que teve suas reivindicações ouvidas pelo Presidente Vargas, assim como o TEN (Teatro Experimental do Negro), com a proposta de ser inicialmente um grupo teatral formado apenas por negros, mas que depois ampliou suas funções ao publicar o jornal Quilombo, fundar o Instituto Nacional do Negro e o Museu do Negro e promover eventos relacionados à comunidade. Com a implantação da ditadura militar, em 1964, tanto a UHC quanto o TEN foram praticamente extintos (GUIMARÃES, 2002).

O golpe militar de 1964 representou um contratempo para a luta política dos negros, pois desarticulou uma coalizão de forças que pautava a desigualdade racial no país. De acordo com Skidmore (1997), no período da ditadura militar, “a elite brasileira defendia tenazmente a imagem do Brasil como uma democracia racial”. O termo “democracia racial” sucede do livro *Casa Grande & Senzala* (1933) de Gilberto Freyre, no qual o autor propõe a ideia de uma ascensão do “mulato” e um provável ascendimento do mesmo no futuro do país. De acordo com Bernardino (2002), no Brasil nunca ocorreu apartação de raças e hostilização explícita de negros e negras, fato que serviu como o maior embasamento para se acreditar em um país extremamente livre de problemas raciais, sucedendo a crença de que oportunidades não são definidas por cor e/ou raça, sendo todos miscigenados no país. A existência de racismo foi duramente rejeitada pela propaganda do governo, numa tentativa de mostrar que no Brasil havia a perfeita harmonia racial.

A reorganização política da luta antirracista apenas aconteceu no final da década de 1970, com a ascensão dos movimentos populares, sindical e estudantil. Isto não significa que, durante o período da ditadura, ações não tivessem sido realizadas. Em São Paulo, por exemplo, em 1972, um grupo de estudantes e artistas formou o Centro de Cultura e Arte Negra (CECAN). Em Porto Alegre, nasceu o Grupo Palmares (1971), o primeiro no país a defender a substituição das comemorações do 13 de Maio para o 20 de Novembro. No Rio de Janeiro, foi fundado o Instituto de Pesquisa das Culturas Negras (IPCN), em 1976. Tais iniciativas, além de fragmentadas, não tiveram um sentido político de enfrentamento com regime. Apenas em 1978, com a fundação do Movimento Negro Unificado (MNU), tem-se a volta à cena política do país do movimento negro organizado (DOMINGUES, 2007).

Com influência externa em lideranças como Martin Luther King, Malcom X, organizações com formatações negras marxistas, como os Panteras Negras e nos movimentos de libertação dos países africanos, o Movimento Negro Unificado (MNU) surge contestando a ideia de uma democracia racial brasileira. Coube ao MNU desenvolver uma proposta de unificar a luta e convencer os grupos de esquerda da importância e especificidade da questão racial na sociedade brasileira (DOMINGUES, 2007).

Para incentivar o negro a assumir sua condição racial, o MNU resolveu despojar o termo “negro” de sua conotação pejorativa, ressignificando a palavra, que passou a ser usada com orgulho pelos ativistas. Além disso, foi dada maior atenção à promoção de uma identidade étnica específica do negro. O discurso tanto da negritude quanto do resgate das raízes ancestrais norteou o comportamento da militância (DOMINGUES, 2007).

A década de 1980 foi marcada por importantes transformações políticas e institucionais. No que concerne ao movimento negro, a Constituição Federal de 1988 refletiu a densidade de sua atuação política. Conquistas como a possibilidade de reconhecimento de terras quilombolas e a posterior criminalização do racismo são indicadores importantes da atuação do movimento. Ainda em 1988, o presidente José Sarney cria a Fundação Cultural Palmares no âmbito do Ministério da Cultura para produzir uma política cultural negra articulada com a produção cultural popular, construída pelos movimentos sociais e populares (NOGUEIRA, 2004).

A partir de meados da década de 1990, as organizações negras brasileiras conseguem que sejam discutidas medidas governamentais contra o racismo e as desigualdades raciais. A vinculação entre racismo e vulnerabilidades em saúde chegou à agenda da gestão pública com mais força após a realização da Marcha Nacional Zumbi dos Palmares em 1995. Essa marcha, que levou a Brasília milhares de ativistas de todo o Brasil, provocou a criação do Grupo de

Trabalho Interministerial para a Valorização da População Negra (GTI), reunindo ativistas, pesquisadores e representantes do governo para a formulação de propostas de ação governamental. Entre elas, estavam: a inserção do quesito raça/cor na Declaração de Nascidos Vivos e de Óbitos; a criação do Programa de Anemia Falciforme (PAF); o fortalecimento e extensão do então Programa de Saúde da Família até as comunidades quilombolas; além de o Ministério da Saúde publicar, em 1998, o documento “A Saúde da População Negra, realizações e perspectivas” e, em 2001, o “Manual de doenças mais importantes, por razões étnicas, na população brasileira afrodescendente” (WERNECK, 2016).

Em 2001, foi realizada a III Conferência Mundial da ONU Contra o Racismo ou Conferência de Durban, na África do Sul, na qual governos nacionais, ONGs e movimentos sociais de todo o planeta se reuniram para discutir as questões do racismo, da intolerância e da xenofobia. Vários foram os pontos de inflexão e mudança no pós-Durban. O exemplo mais sintomático nesse processo foi compromisso de implantar políticas afirmativas, a partir da Conferência. A questão das chamadas “cotas” passou a constituir ponto central na agenda do movimento (TRAPP, 2011).

Em 2003, foi criada a SEPPIR, Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, com o objetivo de enfrentar o racismo no Brasil. A institucionalização da pauta possibilitou diversos avanços, a começar pelos marcos legais que tornam possível transformar a política de promoção da igualdade racial em uma política de Estado. Esses marcos incluem a Lei nº 10.639, de 2003, que estabelece o ensino da História e da cultura africana e afro-brasileira nos currículos das escolas de ensino fundamental e médio da educação básica, uma das primeiras leis baseadas em ações afirmativas; a Política Nacional de Saúde Integral da População Negra, aprovada em 2006; a Lei nº 12.288, de 2010, que criou o Estatuto da Igualdade Racial, e a Lei nº 12.711, que estabeleceu o Sistema de Cotas em 2012 (GOMES, 2015).

Sustentadas pela lei nº 12.711, de agosto de 2012, conhecida como a Lei de Cotas<sup>5</sup>, na atualidade, praticamente todas as instituições de ensino superior públicas implementam políticas afirmativas, reservando vagas, em muitos casos, não só para negros, como também para indígenas, pardos e membros de comunidades quilombolas – por meio de cotas raciais – e também para deficientes e estudantes de baixa renda oriundos de escolas públicas – pelas cotas sociais (AMARAL, 2011).

---

5 Por meio dela, as instituições de ensino superior federais têm até agosto de 2016 para destinarem metade de suas vagas nos processos seletivos para estudantes oriundos de escolas públicas. A distribuição dessas vagas também leva em conta critérios raciais e sociais.

Além da consagração, em nível federal, da Lei de Cotas, o movimento negro tem abrangido inúmeras pautas. Surgem novas discussões como a “apropriação cultural<sup>6</sup>” e o “colorismo<sup>7</sup>”, é apontada a questão do genocídio da população negra, especialmente de jovens, que são alvo de abordagens de agências de aplicação da lei, discute-se a masculinidade negra, assim como foram alinhadas as pautas com outros grupos vulneráveis tratando, por exemplo, do preconceito à mulher negra, aos membros da comunidade LGBT negros, etc. Uma diversidade não só de temáticas, como também da forma que são transmitidas. Nos dias de hoje, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet, que, em constante transformação, possibilita que novas ferramentas despontem como palco para a militância.

## **1.2 O ativismo por meio da autocomunicação de massas**

As novas tecnologias da informação, especialmente a internet, contribuíram para que o processo de comunicação fosse reinventado e impactasse os padrões sociais até então pré-estabelecidos na sociedade. As mudanças decorrentes do uso de tecnologias da informação e comunicação potencializaram o poder de divulgação e persuasão de pautas importantes para grupos marginalizados, como é o caso da população negra, no exercício da autocomunicação, que transformou a comunicação de massas por meio do discurso, da autonomia e da interação entre atores (MOLINA, 2013).

A comunicação difundida principalmente pela internet ganhou tamanha visibilidade que se transformou na maior forma de poder, capaz de influenciar quase todas as práticas sociais, por meio de uma comunicação interativa e pela capacidade de transmitir mensagens em massa a qualquer tempo. Termo criado por Castells (2009), a autocomunicação de massas se refere a uma nova forma de comunicação que atinge as massas, em virtude do seu alcance global e por ser administrada pelo próprio emissor, que escolhe com quem irá compartilhar a informação.

Efetivamente, estas redes horizontais possibilitam a aparição do que eu chamo autocomunicação de massas, que incrementa a forma decisiva da autonomia dos sujeitos comunicantes a respeito das empresas de

---

6 Adoção de alguns elementos específicos de uma cultura por um grupo cultural diferente.

7 Discriminação que se orienta somente na tonalidade da pele da pessoa.

comunicação na medida em que os usuários se convertem em emissores e receptores de mensagens (Castells, 2009, p. 25).

O conceito de autocomunicação de massas concerne às capacidades dos sujeitos de interagirem entre eles mesmos e formar redes de comunicação que possibilitem compartilhar informações e está atrelada ao alcance de uma audiência global. A autocomunicação de massas propicia a qualquer pessoa organizar seu canal e suas próprias redes de comunicação, desta forma ampliando seu poder de alcance e de autonomia (MOLINA, 2013).

Todas essas ferramentas da autocomunicação de massas são frutos da expansão da internet, que rompeu com as fronteiras espaciais, ampliou-as para globais e possibilitou interações sociais por meio de espaços virtuais. Uma das ferramentas da autocomunicação de massa é o YouTube, site de rede social que possibilita o uso da comunicação ponto a ponto, através dos vídeos publicados na plataforma e, ao mesmo tempo, o envio de muitos a muitos, onde os indivíduos podem gerar e selecionar os conteúdos e definir os possíveis receptores dado o caráter público dos vídeos. Por todas essas características e pelo potencial que esses conteúdos veiculados na internet têm de chegar a uma audiência global que torna oportuno o ativismo digital, principalmente de grupos sociais que não se encontram amplamente representados nos circuitos mais institucionalizados de ação política.

O compartilhamento de informações por meio da autocomunicação de massas constrói processos coletivos, dando forma a diversos espaços midiáticos com a possibilidade de intensificar o saber compartilhado, a distribuição e a apropriação dos bens simbólicos. O YouTube se coloca como um dos meios contemporâneos de ativismo digital, no entanto, anterior a tal plataforma, no Brasil, sites e blogs como o Geledés<sup>8</sup> e o Blogueiras Negras<sup>9</sup>, já ganhavam e continuam obtendo alcance, visível através do mecanismo de compartilhamento dos textos, ampliando o debate levando a surgir novas formas de reflexões políticas, sociais e culturais dentro da sociedade.

---

8 Geledés – Instituto da Mulher Negra foi criado em 30 de abril de 1988. É uma organização política de mulheres negras que tem por missão institucional a luta contra o racismo e o sexismo, a valorização e promoção das mulheres negras, em particular, e da comunidade negra em geral. Em sua história, a Organização registra intervenções políticas nos âmbitos nacional, regional e internacional com o objetivo de denunciar o racismo existente na sociedade brasileira e sensibilizar governos e sociedade civil para a discussão do processo de exclusão das populações pobres e discriminadas no mundo.

9 O Blogueiras Negras são um grupo de blogueiras negras e afrodescendentes que pauta o fim do racismo e do machismo, criando um espaço de visibilidade para a produção tão significativa.

## 2 YOUTUBE: UM PANORAMA

O YouTube, segundo endereço na web mais acessado no Brasil<sup>10</sup> e terceiro em consumo de tráfego na internet no mundo<sup>11</sup>, é um site de rede social<sup>12</sup> que se destaca por ser um espaço de compartilhamento e cocriação de vídeos na internet. A plataforma é composta por um grupo diversificado de participantes, que envolve desde produtores amadores de conteúdo - com destaque para os *vloggers*<sup>13</sup>, também chamados de *youtubers*<sup>14</sup> ou criadores de conteúdo -, até grandes produtores de mídia e detentores de direitos autorais, como canais de televisão e gravadoras.

Componente do cenário da mídia de massa, o YouTube é uma força a ser levada em consideração no contexto da cultura popular contemporânea. Encarado por Burgess e Green (2009a) como o maior aglutinador de mídia de massa da internet no início do século 21, tal plataforma envolve muito mais do que ser apenas um banco de dados, na medida em que se encontra inserido em um contexto cultural. Visto não como um ponto final cinematográfico, mas como um momento mediado em uma relação social contínua, os vídeos inseridos no site ajudam a manter conexões entre indivíduos e grupos de pessoas (BURGESS; GREEN, 2009a). Cada um desses participantes chega ao YouTube com seus propósitos e objetivos e o modelam coletivamente como um sistema cultural dinâmico: o YouTube é um site de cultura participativa (BURGESS; GREEN, 2009a, p.14).

O termo cultura participativa é frequentemente usado para falar sobre a ligação aparente entre tecnologias digitais mais acessíveis, o conteúdo criado pelo usuário e algum tipo de mudança nas relações de poder entre as indústrias de mídia e seus consumidores (BURGESS; GREEN, 2009b). Para entender melhor a dinâmica do YouTube, é necessário compreender este conceito. Na definição de Jenkins (2006) cultura participativa é aquela na “na qual os fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente na criação e circulação de novos conteúdos”. Diante das mudanças tecnológicas, industriais, culturais e

10 Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/os-50-sites-mais-acessados-do-brasil-e-do-mundo/>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

11 Disponível em: <<https://canaltech.com.br/internet/netflix-lidera-consumo-de-trafego-na-internet-youtube-e-terceiro-colocado-127191/>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

12 Utilizo o termo *social network sites* (SNSs) definidos por Boyd e Ellison (2007) como: serviço baseado na Web que permite aos indivíduos: (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema.

13 Pessoas que produzem e mantêm um videoblog (vlog) na internet, que pode, ou não, ser hospedado no YouTube.

14 Segundo o dicionário Oxford, *youtuber* é uma pessoa que faz upload, produz ou aparece em vídeos no site de compartilhamento de vídeos YouTube. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/youtuber>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

sociais nos meios pelos quais a mídia circula em nossa cultura, os consumidores são encorajados a buscar novas informações e fazer conexões entre os conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2006).

A maioria dos sites de rede social sustenta a manutenção de redes sociais pré-existentes, mas outros ajudam estranhos a se conectar com base em interesses compartilhados, visualizações políticas ou atividades. Alguns sites atendem a públicos diversos, enquanto outros atraem pessoas com base em linguagem comum ou em identidades raciais, sexuais, religiosas ou de nacionalidade compartilhadas. Os sites também variam na medida em que incorporam novas ferramentas de informação e comunicação, como conectividade móvel, blogs e compartilhamento de fotos/vídeos (BOYD, ELLISON, 2007). No YouTube, o conteúdo do vídeo em si é o principal veículo de comunicação e de conexão social. Configura-se como um espaço de diálogo (BURGESS; GREEN, 2008).

Fundada por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio online PayPal, o site do YouTube foi oficialmente lançado em junho de 2005. Com o propósito de remover as barreiras técnicas ao compartilhamento generalizado de vídeos online, o site oferecia uma interface muito simples e integrada, na qual os usuários podiam enviar, publicar, visualizar e incorporar vídeos de *streaming*<sup>15</sup> sem altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas do *software* de navegador padrão e da largura de banda relativamente modesta. O YouTube não estabeleceu limites para o número de vídeos que os usuários puderam enviar, ofereceu funções básicas da comunidade, como a oportunidade de vincular a outros usuários como amigos, e forneceu URLs<sup>16</sup> e código HTML<sup>17</sup> que permitiram que os vídeos fossem incorporados em outros sites (CORUJA, 2017).

A facilidade com que os vídeos eram criados e disponibilizados na plataforma fizeram com que a popularidade da rede crescesse muito rapidamente, o que despertou o interesse de grandes empresas. Em uma das aquisições mais comentadas da Web até hoje, em outubro de 2006, o YouTube foi comprado pelo Google em uma operação bilionária (US\$ 1,65 bilhão),

---

15 Transmissão de vídeos em tempo real.

16 URL, sigla para *Uniform Resource Locator*, é um endereço disponível em uma rede.

17 HTML, sigla para *HyperText Markup Language*, é uma linguagem de programação utilizada na construção de páginas na web.

que teve ampla cobertura da imprensa. Sua popularidade continuou crescendo, o que rendeu o reconhecimento da Revista Time, que elegeu o YouTube a maior invenção do ano de 2006<sup>18</sup> (CORUJA, 2017).

O sucesso do site segundo Jawed Karim, o terceiro cofundador que deixou o negócio para retornar à faculdade em novembro de 2005, deve-se à implementação de quatro características principais - recomendações de vídeo através da lista 'vídeos relacionados', um e-mail link para ativar o compartilhamento de vídeo, comentários (e outras funcionalidades de redes sociais) e um *player* de vídeo incorporável. Esses recursos foram implementados como parte de um redesenho após o fracasso de tentativas anteriores de popularizar o site, que incluíam oferecer US \$ 100 para garotas atraentes postarem dez ou mais vídeos. De acordo com Karim, os fundadores supostamente não receberam uma única resposta para esta oferta, que eles postaram no Craigslist (GANNES, 2006).

Além da recomendação, os usuários podem demarcar se apreciaram ou não o conteúdo – através dos botões “curtir” (*like*) ou “não curtir” (*dislike*) – e dos comentários. Assim que surgiu, o sistema de avaliação da plataforma, que ocorria por estrelas: de uma, para os vídeos menos apreciados, a cinco, para os mais bem avaliados<sup>19</sup> (CORUJA 2017).

Para funcionar como participante da comunidade do YouTube, não era possível simplesmente importar de outro lugar (por exemplo, da produção profissional de televisão) as convenções existentes para a prática criativa e competência cultural necessária para executá-los. O sucesso, ao contrário, foi obtido pela exploração dessas competências específicas do site (BURGESS; GREEN, 2008).

Apesar de seus antagonismos internos, é a comunidade do YouTube, produzida a partir de interações entre os participantes através de seus vídeos, que fornece o ambiente em que novas formas culturais e novas práticas sociais, situadas e apropriadas à cultura de usuários criados (POTTS et al, 2008). Nessa perspectiva, os usuários que gastam tempo no site contribuindo com conteúdo, consultando, construindo e criticando os vídeos uns dos outros, bem como colaborando (e discutindo) uns com os outros são entendidos como constituindo o núcleo social do YouTube; e, em termos de teoria da inovação, um grupo de

---

18 A matéria no portal G1 comenta a escolha da Revista Time, salientando que o YouTube transformou anônimos em celebridades. Disponível em: < <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,AA1340903-6174-363,00.html>>. Acesso em 10 jul. 2018.

19 Em 2011, a equipe do YouTube apresentou uma pesquisa que informava que a maior parte dos usuários avaliava apenas com uma ou cinco estrelas, levando à mudança para botões que mostram apenas se o usuário gostou ou não do vídeo.

"usuários principais" que coletivamente identificam e exploram oportunidades para melhorar a maneira como o YouTube funciona por meio de suas próprias práticas (BURGESS; GREEN, 2008).

A presença no YouTube pode ser compreendida tanto como uma comunidade de participantes com apreço e afinidade por trocar vídeos e se comunicar com outras pessoas que compartilham interesses semelhantes ou conexões sociais ou uma comunidade imaginada de pessoas que compartilham o interesse em fazer vídeos ou se comunicam por meio de vídeos interativos. Essa interatividade está relacionada às ferramentas para responder às pessoas e mensagens em vídeos através de comentários de textos públicos. A caixa de comentários é um espaço de interação social do público.

**Tabela 1** - Linha do tempo sobre o YouTube

14 DE FEVEREIRO DE 2005	YouTube entra no ar.
09 DE OUTUBRO DE 2006	Google anuncia a compra do YouTube.
13 DE NOVEMBRO DE 2006	Revista Time elege o YouTube a melhor invenção do ano.
MAIO DE 2007	Lançamento do programa de parceiros, baseado no <i>AdSense</i> , que permite que quem faça upload de vídeos lucre com renda de publicidade.
15 DE JUNHO DE 2007	Lançamento da versão <i>mobile</i> do site do YouTube.
19 DE JUNHO DE 2007	Criada a versão brasileira do YouTube.
JUNHO DE 2008	Disponibiliza o recurso Anotações, que permite que o <i>youtuber</i> coloque comentários e links diretamente no <i>browser</i>
22 DE NOVEMBRO DE 2008	Vai ao ar o primeiro YouTube <i>Live</i> (transmissão ao vivo).
21 DE JULHO DE 2009	Anunciada a possibilidade de fazer <i>upload</i> de vídeos em 3D.
SETEMBRO DE 2010	Muda o sistema de avaliação de vídeos de cinco estrelas para os botões curtir e não curtir
JUNHO DE 2010	Plataforma disponibiliza ferramenta para edição de vídeos on-line.
30 DE NOVEMBRO DE 2010	Primeiro show brasileiro é transmitido pelo YouTube <i>Live</i> .
DEZEMBRO DE 2011	Lançamento da nova interface do site, mais parecido com as páginas iniciais de sites de redes sociais. Também é lançada uma nova versão do logotipo com

	um tom mais escuro de vermelho (primeira mudança desde 2006).
2012	Após modificação do logotipo, o slogan “ <i>Broadcast Yourself</i> ” foi suprimido do site.
MAIO DE 2013	Lançamento da primeira versão paga da plataforma, oferecendo a visualização de alguns canais a partir de US\$ 0.99.
27 DE AGOSTO DE 2013	Anúncio da descontinuidade da opção “responder com um vídeo”, privilegiando os comentários em texto. Também permite que o usuário que fez upload do vídeo desabilite as opções de incorporar, avaliar e comentar.
FEVEREIRO DE 2015	Lançamento do <i>app</i> YouTube Kids, voltado especialmente para crianças e que permite que os pais controlem o conteúdo visto pelos filhos. A versão brasileira do aplicativo foi lançada em 2016.
AGOSTO DE 2015	É lançado o aplicativo YouTube Gaming, para os entusiastas de jogos. É possível encontrar vídeos, transmissões ao vivo, bate-papos e partidas ao vivo, além de todo o conteúdo gerado por <i>youtubers</i> gamers. Além disso, permite que o <i>youtuber</i> use o aplicativo para fazer as transmissões ao vivo.
28 DE OUTUBRO DE 2015	Lançamento do serviço <i>premium</i> YouTube Red, que permite ao usuário visualizar vídeos sem publicidade e fazer <i>download</i> .
28 DE FEVEREIRO DE 2017	Anunciado o lançamento da YouTubeTV, novo serviço de streaming de canais de televisão. Por US\$ 35 mensais, o usuário pode assistir ao conteúdo ao vivo pela internet de canais como ABC, NBC, CBS e FOX, além de poder gravar na nuvem programas para assistir posteriormente. Esta disponível apenas para algumas cidades dos Estados Unidos, inicialmente.

Fonte: CORUJA, 2017, p.27

Como dito anteriormente, os colaboradores da plataforma constituem um grupo diversificado de participantes. Dentre eles estão os grandes produtores de mídia e detentores de direitos autorais. Apesar da insistência de que o serviço se destinava ao compartilhamento de vídeos pessoais entre as redes sociais existentes, foi a combinação da popularidade em grande escala de determinados vídeos criados por usuários e o emprego do YouTube como meio de distribuição do conteúdo das empresas de mídia que agradou o público. Foi também essa combinação que posicionou o YouTube como o foco central em que disputas por direitos

autorais, cultura participativa e estruturas comerciais para distribuição de vídeos on-line (BURGESS; GREEN, 2009b).

O YouTube é fortemente controlado por mecanismos de pesquisa e algoritmos de classificação. O design de interface da plataforma e seus algoritmos subjacentes selecionam e filtram conteúdo, orientando os usuários a encontrar e assistir a determinados vídeos em milhões de envios, por exemplo, por meio dos botões dos vídeos "mais populares". O site controla o tráfego de vídeo não por meio de programação, mas por meio de um sistema de gerenciamento de informações que orienta a navegação do usuário e seleciona o conteúdo a ser promovido. Mesmo que os usuários sintam que têm controle sobre qual conteúdo assistir, suas escolhas são fortemente direcionadas por sistemas de referência, funções de pesquisa e mecanismos de classificação. Em outras palavras, os princípios de classificação e popularidade regem a arquitetura da plataforma do YouTube (CORUJA, 2017).

Ao longo de linhas semelhantes, o YouTube foi idealizado como uma plataforma que impulsionou artistas amadores para um público de massa, alimentando o mito de que o YouTube era uma porta de entrada não mediada para o mundo da mídia profissional de estrelas e fama. Esses usuários mais visivelmente engajados participam da formação, da contestação e da negociação da cultura emergente da rede social do YouTube e de seus relacionamentos com os interesses da empresa, como parte comum de sua participação no YouTube (LANGE, 2008).

Aproveitando essa curadoria de conteúdo, o YouTube transformou essa seleção de conteúdo para dividir os canais na interface de sua página inicial em temáticas específicas, como música, jogos e notícias. Esses tipos de canal podem ser vistos entre os dez canais com maior número de inscritos, como é possível ver na Tabela 2.

**Tabela 2** - Canais com maior número de inscritos no YouTube

CANAL	NÚMERO DE INSCRITOS	TIPO DE CANAL
Music	103 milhões	YouTube
Gaming	80 milhões	YouTube
Sports	75 milhões	YouTube
PewDiePie	70,9 milhões	UGC <sup>20</sup>
T-Series	70,8 milhões	Corporativo

<sup>20</sup> *User generated content* ou conteúdo gerado pelo usuário.

YouTube Movies	70,5 milhões	YouTube
Canal Kondzilla	42,9 milhões	Corporativo
Justin Bieber	42 milhões	Corporativo
5-Minute Crafts	41 milhões	Corporativo
WWE	36 milhões	Corporativo

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do Socialblade. Acesso: 20 de nov. 2018.

Entre os canais apresentados na Tabela 2, um é do *youtuber* PewDiePie<sup>21</sup> e cinco são corporativos, mantidos por grandes grupos da indústria de música e/ou entretenimento. Entre esses cinco, três pertencem a empresas estadunidenses (Justin Bieber<sup>22</sup>, 5-Minute Crafts<sup>23</sup> e WWE<sup>24</sup>), uma é indiana (T-Series<sup>25</sup>) e uma brasileira (Canal Kondzilla<sup>26</sup>).

Por isso é importante salientar que, apesar de não apresentar um fluxo de programação planejado como a televisão (WILLIAMS, 2005), o YouTube não é uma plataforma na qual o conteúdo chega ao usuário livre de mediação. Os algoritmos próprios da plataforma, que fazem a “curadoria” dos conteúdos a serem apresentados na página inicial e na ferramenta de busca, além dos resultados apresentados em buscadores como o Google – ecossistema do qual o YouTube é parte –, influenciam no que é recuperado e visto pelos usuários.

O site controla o tráfego de vídeo não por meio de programações, mas por meio de um sistema de gerenciamento de informações que orienta a navegação do usuário e seleciona o conteúdo a ser promovido. Mesmo que os usuários sintam que têm controle sobre o conteúdo a assistir, suas escolhas são fortemente direcionadas por sistemas de referência, funções de busca e mecanismos de classificação (DJICK, 2013, p.113).

Juhasz (2009) concorda que a arquitetura do YouTube serve mais para apoiar o que é popular, com o algoritmo que seleciona o que pode ser visto primeiro a partir de cruzamentos

21 Felix Arvid Ulf Kjellberg, mais conhecido sob o apelido online PewDiePie, é um comediante de internet e produtor de vídeos sueco. Mais conhecido por seus vídeos jogando videogame, atualmente ele comenta acontecimentos recentes na internet.

22 Músicas e videoclipes do cantor e compositor Justin Bieber são disponibilizadas pela VEVO, uma *joint venture* entre as empresas Universal Music Group, Sony Music Entertainment e a Abu Dhabi Media.

23 O 5-Minute Crafts é um canal do YouTube mantido pela editora de mídia TheSoul Publishing. Os vídeos postados pelo 5-Minute Crafts são geralmente compilações de projetos DIY (*do it yourself*, ou "faça você mesmo"), truques de produtividade e artesanato.

24 Publicado pelo World Wrestling Entertainment, Inc., uma empresa americana de entretenimento com capital aberto que lida principalmente com luta profissional.

25 A Super Cassettes Industries Private Limited, que atua como T-Series, é uma gravadora indiana e produtora de filmes.

26 Canal que disponibiliza videoclipes majoritariamente do gênero musical funk propriedade da Kondzilla, *holding* que abarca empresas de produção audiovisual, gravadora, agenciamento artístico, portal de conteúdo e marca de roupa.

de dados sobre avaliações, anúncios e assuntos mais discutidos do momento, do que necessariamente servir como espaço democrático.

## 2.1 Os “youtubers empreendedores”

Uma forma emblemática da participação do YouTube é o videoblogging, ou “vlogging”, uma forma de autoexpressão *online*, um modo dos mais sustentados de “intimidade eletrônica”, em que os criadores regularmente narrativizam suas vidas com sua base de assinantes notificada através de *feeds* automatizados (BURGESS; GREEN, 2009a, GOOSEN, 2015; GIBSON, 2015). Tipicamente estruturados principalmente em torno de um monólogo entregue diretamente à câmera, os vlogs são caracteristicamente produzidos com poucos equipamentos e algumas edições espirituosas.

Embora sejam produções puramente amadoras, pensadas com fim de expressão pessoal, vários *youtubers* proeminentes, ou artistas que usam o formato do videoblog, estão claramente usando o YouTube de maneira empreendedora (BURGESS; GREEN, 2009a).

O YouTube é um ambiente de mídia em mudança, no qual as empresas comerciais e não comerciais e o profissionalismo e amadorismo interagem e convergem de novas maneiras. Os “youtubers empreendedores”, participantes autênticos da “comunidade” do YouTube, interrompem a divisão entre profissionais e amadores, quando encaram a produção de seu conteúdo como ocupação especializada e participam do esquema de compartilhamento de publicidade do YouTube e geram receita com sua presença na plataforma (BURGESS; GREEN, 2009a).

A monetização, como são chamados na internet os ganhos possíveis a partir do conteúdo gerado por usuário em plataformas de expressão pessoal como vlogs, é contabilizada no YouTube, principalmente, pela quantidade de visualizações dos vídeos. Depois de um determinado número de visualizações, os usuários que geram e disponibilizam esse conteúdo recebem uma determinada quantia do próprio YouTube. O sistema é integrado ao Google *AdSense*, que administra não somente os ganhos, mas serve como plataforma de anúncios para os próprios canais (CORUJA, 2017).

O Google também aposta em eventos off-line para as “celebridades” da plataforma, o que demonstra, a exemplo do que vemos em meios massivos, que o alcance que essa produção perpassa. Por celebridades, se entendem os produtores de conteúdo que contam com milhares – os mais populares, com milhões - de assinantes em seus canais. No Brasil, são realizados eventos como o Brandcast, que já está em sua quarta edição, idealizado para

celebrar o impacto cultural, social e econômico do YouTube aproximando marcas e agências com criadores, com o propósito de se estabelecerem futuras parcerias.

Durante o Brandcast Brasil 2018, Fábio Coelho, presidente do Google Brasil, apontou a cultura e os negócios como áreas prioridades para o YouTube no país. Sobre papel da plataforma, declarou: “o conteúdo que traz pluralidade e diversidade, conversando com a sociedade, e a plataforma que desenvolve parceria com marcas oferecendo várias possibilidades de engajamento”.

## 2.2 O YouTube Space

No Brasil, com a finalidade de auxiliar a gravação e a profissionalização de vídeos e estimular ainda mais esse conteúdo gerado por usuário, o YouTube Space, com sede no Rio de Janeiro<sup>27</sup>, funciona como um local de investimento no fator humano, dispondo de infraestrutura para gravação e pós-produção, além de funcionar como uma “escola” para *youtubers* gerenciada pelo Google.

Na sede são oferecidos cursos, workshops, disponibilização de estúdios e outros recursos gratuitos para produção de conteúdo para a plataforma. Os workshops são oferecidos em três vertentes: aprender, com o ensino sobre como estruturar o conteúdo, desenvolver habilidades técnicas e de marca; conectar, com eventos sociais para estimular uma socialização entre *youtubers* e fãs; e criar, em que é possível, para quem tiver no mínimo 10 mil inscritos e nenhuma advertência por violação de direitos, utilizar os estúdios e equipamentos profissionais do local (CORUJA 2017).

A plataforma no Brasil, em consonância com outras sedes ao redor do mundo, tem dado cada vez mais voz a comunidades que antes não alcançavam o *mainstream*. Ao longo dos anos o YouTube Brasil trabalhou em parceria com alguns *youtubers* para aumentar o impacto dos conteúdos relacionados a diversidade. Exemplos estão nas campanhas Mulheres Criadoras, que reuniu cinco influenciadoras de nacionalidades diferentes para falar sobre empoderamento feminino, e #OrgulhodeSer, que apoiou o movimento global #ProudToBe para promover a diversidade e o mês do Orgulho LGBTI reunindo criadores de todos os tamanhos, que puderam usar a visibilidade da plataforma para falar de temas delicados e importantes para a comunidade.

---

27 O YouTube Space está em funcionamento no Brasil desde 2014, primeiramente em São Paulo, no entanto, a sede foi descontinuada para centralizar os serviços no Space Rio, inaugurado em agosto de 2017, em um complexo de 3 mil metros quadrados no Porto Maravilha.

O espaço também tem sido oferecido aos criadores de conteúdo afrodescendentes. Em novembro de 2016 foi lançada a semana #YouTubeNegro, para ampliar o impacto que as discussões sobre representatividade, diversidade e questões raciais têm dentro e fora da plataforma, tendo como porta-voz a *youtuber* Nátaly Neri. Em 2017, foi feito um evento no YouTube Space Rio, o #YouTubeBlackBrasil, que reuniu mais de 30 produtores de conteúdo para falarem sobre como é ser negro dentro da plataforma, além da criação de uma *playlist* onde cerca de 20 *youtubers* contavam um pouco sobre suas histórias. Já em 2018, foram feitas uma série de vídeos sobre o tema das masculinidades negras chamada #HomemNegro. A série foi projeto do criador de conteúdo Murilo Araújo, dono do canal Muro Pequeno, como embaixador global do #CreatorsForChange, programa do YouTube que incentiva discussões de impacto social através dos vídeos no YouTube.

### 3 #YOUTUBENEGRO: INTERAÇÕES SOBRE A VISIBILIDADE DE NEGROS NO YOUTUBE

Em novembro de 2016, mês da Consciência Negra, o YouTube Space São Paulo realizou oficinas e eventos com *youtubers* negros para trocar experiências sobre produção de conteúdo e fomentar, além do debate sobre a negritude dentro do YouTube, o afro-empendedorismo.

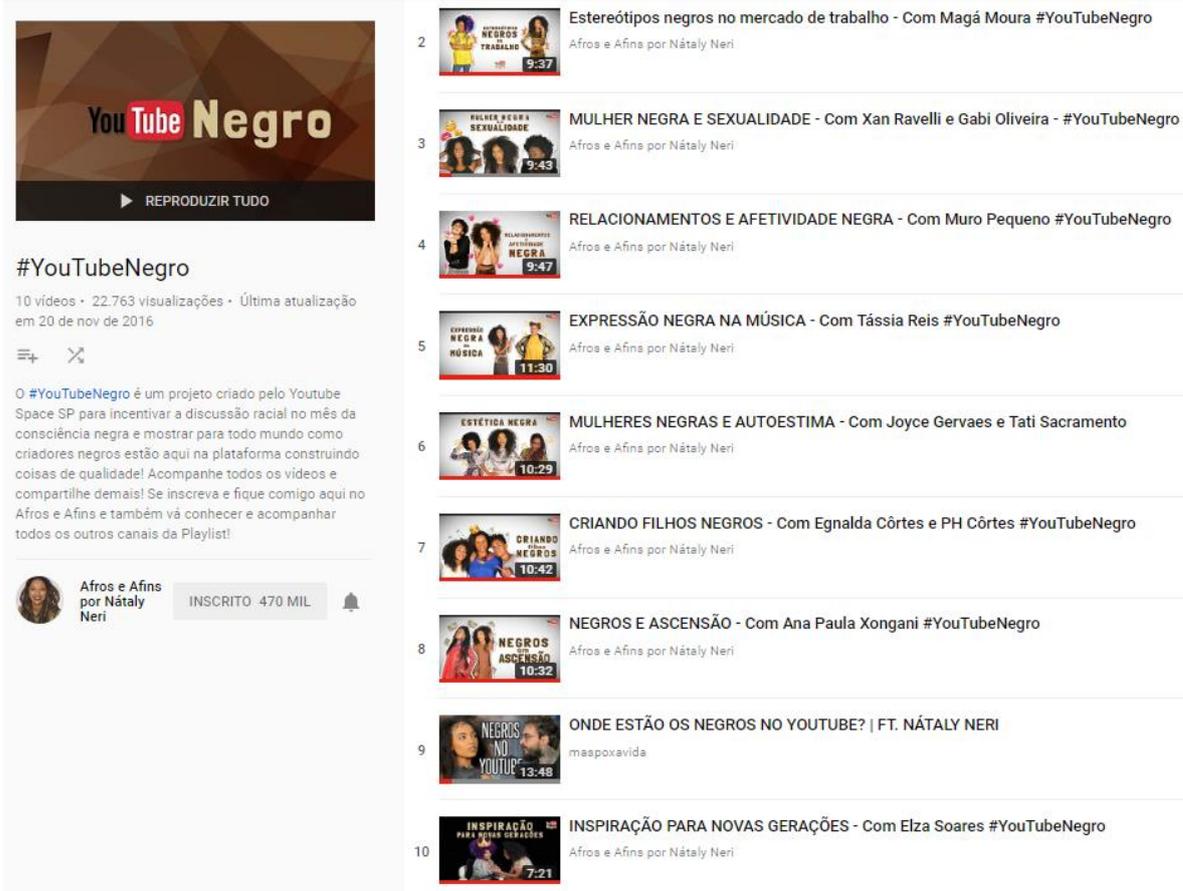
Juntamente ao intercâmbio dessa comunidade de criadores, também foi lançado pelo YouTube Brasil o projeto #YouTubeNegro, no qual foi construída uma *playlist* de vídeos pautando a diversidade e questões raciais com representantes da cultura negra conhecidos da plataforma.

A porta-voz do projeto #YouTubeNegro no Brasil foi a criadora Nátaly Neri, que conduziu todas as entrevistas e teve a maioria dos vídeos da *playlist* postados em seu canal, Afros e Afins. Nátaly é conhecida dentro da rede por levantar assuntos envolvendo suas vivências, moda e beleza, mas também debate sobre política e a questão racial.

**Figura 1** - Vídeos que compõem a *playlist* #YouTubeNegro<sup>28</sup>

---

28 Na *playlist* #YouTubeNegro, disponível no canal de Nátaly Neri existem 10 vídeos, no entanto, escolhi não analisar o primeiro vídeo postado no dia 11 de novembro de 2016, pois era apenas um *teaser* e não possuía relevância tanto para a análise qualitativa quanto para a quantitativa, de acordo com os requerimentos para responder meu problema de pesquisa.



**#YouTubeNegro**  
10 vídeos · 22.763 visualizações · Última atualização em 20 de nov de 2016

O #YouTubeNegro é um projeto criado pelo Youtube Space SP para incentivar a discussão racial no mês da consciência negra e mostrar para todo mundo como criadores negros estão aqui na plataforma construindo coisas de qualidade! Acompanhe todos os vídeos e compartilhe demais! Se inscreva e fique comigo aqui no Afros e Afins e também vá conhecer e acompanhar todos os outros canais da Playlist!

Afros e Afins por Nátaly Neri INSCRITO 470 MIL

- Estereótipos negros no mercado de trabalho - Com Magá Moura #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 9:37
- MULHER NEGRA E SEXUALIDADE - Com Xan Ravelli e Gabi Oliveira - #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 9:43
- RELACIONAMENTOS E AFETIVIDADE NEGRA - Com Muro Pequeno #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 9:47
- EXPRESSÃO NEGRA NA MÚSICA - Com Tássia Reis #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 11:30
- MULHERES NEGRAS E AUTOESTIMA - Com Joyce Gervaes e Tati Sacramento  
Afros e Afins por Nátaly Neri 10:29
- CRIANDO FILHOS NEGROS - Com Egnalda Côrtes e PH Côrtes #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 10:42
- NEGROS E ASCENSÃO - Com Ana Paula Xongani #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 10:32
- ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI  
mespoxavida 13:48
- INSPIRAÇÃO PARA NOVAS GERAÇÕES - Com Elza Soares #YouTubeNegro  
Afros e Afins por Nátaly Neri 7:21

Fonte: YouTube

O primeiro vídeo da *playlist* #YouTubeNegro é **Estereótipos negros no mercado de trabalho - Com Magá Moura**, com 9 minutos e 36 segundos, em que Nátaly Neri e Magá Moura<sup>29</sup> dialogam sobre a dificuldade das mulheres negras se inserirem no mercado de trabalho. Dentre as questões levantadas estão à dificuldade na aquisição de cargos mais altos dentro da ocupação profissional, a falta de referência em relação à possibilidade do acesso a uma universidade e as adversidades na formação e no emprego devido à vulnerabilidade socioeconômica.

O segundo vídeo é **MULHER NEGRA E SEXUALIDADE - Com Xan Ravelli e Gabi Oliveira**, com 9 minutos e 42 segundos, no qual Nátaly recebe Xan Ravelli<sup>30</sup> e Gabi Oliveira<sup>31</sup> para debater sobre a mulher negra e a sexualidade. Nele, as *youtubers* apontam

29 Magá Moura é *youtuber*. As temáticas abordadas em seu canal envolvem cabelo, beleza, moda, estilo, viagens, etc.

30 Dona do canal Soul Vaidosa, Xan Ravelli aborda beleza, maternidade, relacionamento e vlogs em seu canal.

31 Gabi Oliveira é *youtuber*. Seu canal DePretas, discute desde relações étnico-raciais a estética da mulher negra.

tanto a hipersexualização quanto a solidão da mulher negra, compartilhando experiências próprias durante a conversa.

Em seguida, o vídeo **RELACIONAMENTOS E AFETIVIDADE NEGRA - Com Muro Pequeno**, com 9 minutos e 46 segundos de duração, traz Murilo Araújo<sup>32</sup>, para tratar da afetividade e relacionamentos negros. Nele, Nátaly e Murilo compartilham histórias de como as relações raciais afetaram os relacionamentos que tiveram, abordando o preterimento da pessoa negra, dos estereótipos associados à aparência física e de como o racismo molda a maneira como a sociedade constrói suas preferências, relações e possibilidades de afeto.

Em **EXPRESSÃO NEGRA NA MÚSICA - Com Tássia Reis**, com 11 minutos e 29 segundos de duração, Nátaly recebe Tássia Reis<sup>33</sup> para falar sobre a expressão negra na música brasileira. No vídeo, Tássia relata obstáculos enquanto mulher negra em sua carreira musical, das cobranças do mercado fonográfico a críticas à sua aparência e aponta a internet como ferramenta facilitadora para a divulgação de músicos negros.

No quinto vídeo, intitulado **MULHERES NEGRAS E AUTOESTIMA - Com Joyce Gervaes e Tati Sacramento**, com 10 minutos e 28 segundos de duração, as *youtubers* Joyce Gervaes<sup>34</sup> e Tati Sacramento<sup>35</sup> juntam-se à Nátaly para debater sobre a mulher negra e a autoestima. No vídeo, é comemorado o fato de haverem maiores possibilidades de a mulher negra ter uma maior representatividade e autoestima, ao passo que são reconhecidos e reprovados a existência de processos de objetificação e abandono dessa mulher.

**CRIANDO FILHOS NEGROS - Com Egnalda Côrtes<sup>36</sup> e PH Côrtes<sup>37</sup>**, com 10 minutos e 41 segundos, é o sexto vídeo. Nele, mãe e filho *youtubers* compartilham com Nátaly suas perspectivas em relação à criação de filhos negros. Egnalda ressalta as dificuldades da educação com recorte racial e indica a importância da criação de referências, do fortalecimento da autoestima, do ensino da história e da construção de uma consciência nos filhos negros.

---

32 Dono do canal Muro Pequeno, Murilo Araújo descreve o conteúdo de seu canal como: “sonhos, desafios e aleatoriedades, problematizando a vida, espalhando amor e viadagens por aí”.

33 Cantora e compositora, Tássia Reis publica músicas e videoclipes em seu canal no YouTube.

34 Dona do canal Joyce Show, Joyce Gervaes fala de autoestima, beleza, e empoderamento em seu canal.

35 Tati Sacramento é *youtuber*. Seu canal aborda gastronomia e estilo de vida.

36 Egnalda Cortês é *youtuber*. Seu canal fala sobre educação e capacitação de filhos negros no Brasil, maternidade negra, comportamento e estilo de vida.

37 PhCortês é *youtuber*. Seu canal aborda o protagonismo negro na história do Brasil, suas experiências e referências.

Em **NEGROS E ASCENSÃO - Com Ana Paula Xongani**, que dura 10 minutos 31 segundos, Nátaly Neri e Ana Paula Xongani<sup>38</sup> conversam sobre o negro em ascensão. Primeiramente, o tema é pensado de forma positiva levando em conta a perspectiva de que a escravidão foi abolida há quatro gerações e que os negros ascenderam em diversas áreas, no entanto, logo adiante é abordado o estigma da miserabilidade, no qual pouco é trabalhado no imaginário o negro em posição de liderança e sucesso. Também são tratados os obstáculos que impedem o crescimento de empreendedores afrodescendentes, assim como são dadas indicações de como forma posicionar-se frente ao sistema capitalista quando se é um negro em ascensão.

No oitavo vídeo, **ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI**, de 13 minutos e 47 segundos, Nátaly está acompanhada de PC Siqueira<sup>39</sup> para falar sobre a presença de criadores de conteúdo negros no YouTube. Inicialmente, a *youtuber* elucida a PC as diferenças entre o feminismo branco e o feminismo negro encaminhando a discussão para tratar da conexão do racismo estrutural e o YouTube. Nátaly aponta problemas de interesse do público, que vê a cultura branca como hegemônica e total, bem como evidencia as dificuldades de um criador negro dentro da plataforma.

O nono e último vídeo da *playlist* #YouTubeNegro é **INSPIRAÇÃO PARA NOVAS GERAÇÕES - Com Elza Soares**, com 7 minutos e 20 segundos, no qual Nátaly se encontra com Elza Soares<sup>40</sup> para apresentar uma inspiração para as novas gerações. Visivelmente emocionada, Nátaly destaca Elza como uma vanguardista, uma das primeiras mulheres negras que teve a força e a coragem para falar de sua negritude, um exemplo que abriu portas para outras mulheres negras se envolverem no ramo da música atualmente.

### 3.1 Onde estão os negros no YouTube?

A análise de dados será realizada com o vídeo de maior engajamento da *playlist* #YouTubeNegro. O volume de engajamento pode ser medido examinando as principais formas de participação no YouTube, que estão nos atos de visualizar o vídeo, manifestar a apreciação e rejeição através dos botões *like* e *dislike*, e comentar. O nível de engajamento depende do esforço da audiência. O público, de acordo com a assimilação e reflexão do

---

38 Ana Paula Xongani é *youtuber*. Seu canal fala sobre estética e beleza negras, feminismos, empoderamento e autoestima da mulher negra; empreendedorismo negro/feminino no Brasil e relações étnico-raciais.

39 Dono do canal maspoxavida, PC Siqueira descreve o conteúdo de seu como “comportamento, política, *nonsense* e tudo mais”.

40 As músicas e videoclipes da cantora e compositora Elza Soares são publicadas em seu canal no YouTube.

conteúdo, pode envolver-se com maior e menor frequência. Com 464.383 visualizações, 61.000 *likes*, 5.500 *dislikes* e 4.248 comentários, o vídeo com maior engajamento da *playlist* é ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI<sup>41</sup>.

Contudo, antes de partir para a análise em si, apresento primeiramente os criadores de conteúdo envolvidos no vídeo e transcrevo com maiores detalhes a gravação.

**Figura 2** - *Printscreen* do vídeo ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI



Fonte: YouTube

Nascida em São Paulo, no dia 05 de maio de 1994, Nátaly Neri Nápoli Grangeiro comanda o canal Afros e Afins. Estudante de Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo - EFLCH, Nátaly começou a produzir conteúdo para o YouTube em 2015, abordando temas como moda consciente, empoderamento e estética negra. A criadora também possui vídeos sobre feminismo, política e questões raciais. Um de seus vídeos mais populares

<sup>41</sup> Acesso em 19 de novembro de 2018.

é um vídeo que trata de apropriação cultural, no qual a *youtuber* sofreu com inúmeros comentários agressivos de *haters*<sup>42</sup>. Em 2018, Nátaly Neri foi anunciada como embaixadora do programa *Creators for Change* do YouTube devida a sua abordagem de problemas sociais e promoção da conscientização, tolerância e empatia, ao lado de outros 50 *youtubers* do mundo todo. Atualmente, o canal Afros e Afins possui mais de 470 mil inscritos e 18 milhões de visualizações.

Paulo Cezar Goulart de Andrade Siqueira nasceu em Guarulhos, São Paulo, no dia 18 de abril de 1986. Foi alfabetizado em casa, pois tinha estrabismo e sofria *bullying* na escola. Na adolescência, tornou-se ilustrador, e também vlogueiro no canal *maspoxavida*, criado em fevereiro de 2010, que tinha cunho provocativo e humorístico. PC pode ser considerado um dos precursores da produção de vídeos na internet, mais especificamente no YouTube Brasil. Seu sucesso na plataforma abriu caminho para que diversos nomes surgissem tendo ele como inspiração. Ao longo de sua carreira, o *youtuber* conquistou diversos prêmios da webesfera, assim como apresentou um programa de humor na MTV, o “PC na TV”. Um de seus vídeos mais populares é um vídeo de junho de 2010, no qual o *youtuber* em um vídeo pequeno em um formato bastante amador junto a Felipe Neto, outro *youtuber* considerado um precursor e que continua consolidado na plataforma atualmente, trocam ideias sobre suas vidas enquanto produtores de conteúdo. Em 2018, o canal *maspoxavida* conta com mais de 2 milhões de inscritos e 275 milhões de visualizações.

Transcrevo abaixo o vídeo ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI postado no dia 19 de novembro de 2016.

00:15 PC: Oi, como vai você? Eu sou o PC Siqueira. É lógico que eu sou o PC Siqueira, você tá no meu canal. Eu acho que eu não to meu canal, porque não to no meu cenário que, no caso, é a minha casa. Essa não é minha casa, esse é um cenário. Estamos no YouTube Space e to com a Nátaly Neri. Tudo bom? Esse é um vídeo especial que a gente está fazendo aqui. Fui convidado pelo YouTube Space e ela também foi convidada pelo YouTube Space para falar sobre assuntos que não entendo. É basicamente isso. Nátaly, se apresenta primeiro vai.

00:47 Nátaly: Meu nome é Nátaly Neri, eu tenho um canal no YouTube chamado Afros e Afins e nesse canal eu falo sobre majoritariamente feminismo negro, questões sociais e também consumo consciente, brechó, beleza, essas coisas interessantes.

01:00 PC: Você fala sobre muitas coisas.

01:01 Nátaly: Eu falo sobre muitas coisas, é verdade.

01:02 PC: Nátaly, já vamo começar, porque você falou que fala sobre feminismo negro. **Qual é a diferença do feminismo normal?** Normal, já tá errado.

---

42 Este conceito será mais bem elucidado na apresentação dos perfis de posicionamento do público.

01:11 Nátaly: É. Já começou aí.

01:13 PC: Já tá errado, não é verdade? Já me senti esquisito falando isso como se o feminismo negro fosse anormal.

01:18 Nátaly: A diferença do feminismo negro é tipo muito básica. Mulheres negras foram socializadas de uma forma completamente diferente de mulheres brancas. Mulheres brancas têm determinadas pautas que não cabem as mulheres negras. Por exemplo, a mais simples, hoje em dia as mulheres brancas tão num ponto de luta em que elas querem discutir a liberação sexual, que elas querem se abrir para relacionamentos livres, que elas querem explorar o corpo, porque elas querem ter o direito de andar de saia curta sem sofrer por isso. Completamente justo, é uma pauta válida e é isso mesmo. Só que as mulheres negras passaram toda sua história desde o período da escravidão sendo exploradas sexualmente, sendo hipersexualizadas, então o nosso corpo sempre esteve à disposição. Então, pra gente, a gente não precisa necessariamente lutar pelo nosso direito de usar uma saia curta, porque usar uma saia curta é extremamente violento para a mulher negra, muito mais do que é para uma mulher branca. E nós nunca tivemos relacionamentos fixos, mulher negra sempre sofreu com a solidão.

2:15 PC: É mesmo? Isso é uma coisa que eu realmente não sabia.

2:17 Nátaly: É estatística. Exatamente. Estatísticas mostram que a mulher negra é a que mais fica sozinha. É a maioria das mães solteiras, então o que acontece é que a gente não pode lutar por uma liberdade de relacionamentos, porque tipo “Quero me envolver com o tipo, 30 pessoas”, sendo que você não consegue se envolver nem com uma, sabe? Ao longo da tua história. Então, são tipo pautas completamente diferentes.

02:35 PC: As prioridades são diferentes. A outra pergunta que eu queria fazer já era baseada na que eu fiz antes, porque a gente fala assim o *lifestyle* do cara que é negro, da mulher que é negra é diferente do que é branco, porque, assim, na nossa cabeça, quem faz *lifestyle* normalmente não tá falando sobre *lifestyle* branco, né? Então, qual que é essa diferença e porquê que eu acho isso. Não sei se estou certo ou se estou errado.

03:01 Nátaly: Não, esse é um ponto maravilhoso. Primeiro ponto, **racismo é estrutural**. O que quer dizer, quando eu estou falando sobre racismo estrutural, o que eu estou querendo dizer? Eu estou querendo dizer que **a forma como a sociedade se organiza, que os parâmetros que a gente tem de vida são racistas**. A forma como a gente fala, a forma como os empregos são distribuídos, como as pessoas se colocam na sociedade é racista. **Deslegitima a produção negra e o negro em si**. E aí, esses criadores aqui no YouTube, por exemplo, o que a gente vê. Eu enquanto *youtuber* negra e outros criadores enquanto no *youtubers* negros, **uma vez que o YouTube reproduz os parâmetros que já são dados na sociedade, a gente entende que a maior população pobre no Brasil é negra, ou seja, nós não temos acesso**.

03:47 PC: Era isso o que eu imaginava.

03:48 Nátaly: **Nós não temos acesso às melhores tecnologias**, não temos o acesso ao dinheiro pra comprar, por exemplo, a supercâmera.

3:57 PC: Porque é caro.

3:58 Nátaly: Porque é caro, é difícil, né? É complicado você arrumar e tem outros problemas que são os problemas é de interesse mesmo, por exemplo. Por que você falou assim, porque branco não fala sobre *lifestyle* branco e negro faz um *lifestyle* negro, mas por que não têm negro fazendo *lifestyle* geral? A gente tem esse outro problema no Brasil, **porque branco não se enxerga enquanto raça**.

04:22 PC: Pode crer. **O branco acha que é normal.** É tipo assim, eu sou branco, eu sou normal. Por que tem o japonês, tem o preto, tem o teu índio, aí o cara fala assim: “Eu sou o normal, ele é o japonês, ele é o preto e ele é o índio”.

04:32 Nátaly: “Eles são as especificidades, eu sou a norma”. E justamente por vocês brancos não se enxergarem enquanto raça que vocês têm a impressão de que o que vocês estão falando é geral, é comum e não necessariamente é.

04:49 PC: Claro. Você tem totalmente a razão e estou até envergonhado.

04:51 Nátaly: Não, é isso mesmo. É uma discussão, porque você não se enxerga enquanto raça.

04:53 PC: A desconstrução é um negócio difícil, inclusive, falando desse lado assim, quando a pessoa vê esse tipo de situação, o cara branco está vendo, ele não quer assumir é verdade, “talvez eu seja meio racista, tá ligado”. É maior difícil isso.

05:10 Nátaly: Quando a menina negra começa a assistir *youtubers* brancas, ela se identifica com aquele conteúdo, porque ela acha que tipo aquele é o conteúdo normal, é o conteúdo que ela consumiu a vida dela inteira, e quando uma mulher negra vem pra fazer o mesmo conteúdo é tipo “é muito nichada, é uma coisa muito específica, não preciso disso, não preciso discutir e gritar o tempo inteiro que eu sou negra”. Tipo, o racismo estrutural faz com que essas meninas, inclusive eu passei muito tempo na minha vida assim, se identifiquem com o conteúdo branco e acha que aquilo te contemple 100% e, às vezes, sim e, às vezes, não.

05:38 PC: Eu tenho a impressão às vezes que o entretenimento em geral, publicidade, moda, qualquer coisa que seja, quando você coloca uma pessoa que é negra, ela está sempre uma exceção. Assim, dá impressão que temos que colocar, porque temos que colocar.

05:51 Nátaly: É a cota, total. É exatamente isso, é tipo **quando a gente fala de cultura em termos de Brasil, a gente tá falando de uma cultura majoritariamente branca**, sabe? Hegemonicamente branca. **Então, a partir do momento que você consegue que você tentar levar outras discussões, por exemplo a da negritude ou a indígena, é sempre colocado como o discurso da diversidade e não é a diversidade, é a naturalidade, entendeu?** Falar de negro, falar de branco, falar de indígena tem que ser algo natural.

06:17 PC: É, porque os caras estão aqui.

06:19 Nátaly: **E a gente tá até em maior quantidade, mano. É mais de 50%.**

06:22 PC: E isso que é o negócio que, assim, eu nunca soube muito bem a resposta pra isso e às vezes eu fico até constrangido de perguntar, porque você fica num “será que eu tenho que entrar nesse assunto?” Porque você sabe como é entrar nesse assunto, pra mim já é difícil imagina pra você. Assim mano, por que os caras não estão aqui, sabe? Por que não tem mulher apresentando programa de TV na TV aberta, por que que quando aparece a mulher negra apresentando em programa de TV aberta vem um monte de filha da puta zoar ela no Facebook, sabe?

06:54 Nátaly: Eu vou te dar um exemplo muito rápido. **Como disse, YouTube, mídia televisão é reprodução da sociedade. Pra você tá tipo, por exemplo, em um programa de TV, você precisa ter o capital cultural.** Ser foda, manjar do inglês, ser viajado.

07:06 PC: Explica o que é o capital cultural

07:07 Nátaly: Ser foda, manjar do inglês, manjar das culturas, ter estudado em uma boa universidade. Você precisa de mais o quê? Ter capital social.

7:19 PC: **É um valor que não é um valor monetário, é um valor social.**

07:23 Nátaly: Mas você também precisa de capital econômico. **Então, esses capitais que você precisa para entrar nesses espaços estão concentrados nas mãos de uma elite que é branca**, porque houve reprodução, é uma constante reprodução do que já existe. Negros eram pobres no início, negros continuam sendo pobres hoje, sabe? **Então, eu se eu quero tá no YouTube eu preciso do quê? Eu preciso ir buscar informações que eu não tenho, que meu dinheiro e minha família não me possibilitou**, “mas branco também é pobre. E aí? Branco também se esforça, branco também está fazendo, correndo atrás”. Gente, é mas a gente também está falando de estrutura, quando a gente está falando de estrutura, a gente não tá individualizando. Eu, Nátaly, tadinha de mim que não me esforço e a sociedade me machuca. Eu estou falando que negros historicamente são colocados em situações, estão em uma situação de inferioridade social, sabe? Econômica, cultural.

08:20 PC: **Isso daí leva obviamente a consequências, tipo assim é mais difícil ter acesso ao trabalho, que é mais difícil ter acesso à grana, é mais difícil ter acesso ao tempo, que é difícil você comprar um equipamento, que é mais difícil você gravar o negócio, que é mais difícil tenha a aceitação pelo próprio público, mais difícil você ter autoestima para continuar fazendo o negócio e aí alguém começar a assistir o negócio você chegar aqui, então você é uma grande vencedora.**

08:47 Nátaly: Mas isso é um roleção pra chegar. Por exemplo, as pessoas assistem canais de *youtubers* brancos, mas as pessoas vão assistir o meu e eu preciso ser negra. As pessoas vêm me perguntar: “Nátaly, eu sou branca, mas eu estou assistindo o seu canal”. Não gente, pode assistir. Você é branco, pode assistir o meu canal, é pra isso que eu to fazendo o YouTube aqui.

09:05 PC: O que eu devo fazer para consumir esse canal? Tirando a lista de canais que vai colocar aqui na descrição do vídeo que você vai indicar.

09:12 Nátaly: **O que você precisa é entender que o mundo não é só sobre a sua realidade e você precisa ter o interesse em entender outras realidades.** Eu acho que esse é um movimento fundamental. Sabe, eu vejo a vida dessa forma, mas eu quero entender outras realidades. Eu vejo a minha vida enquanto mulher negra, mas eu quero entender qual foi a sua trajetória, entendeu?

09:34 PC: Não é porque é a realidade de uma pessoa negra que é diferente da realidade daquela mina que tá lá andando de primeira classe.

09:39 Nátaly: Por exemplo, as pessoas que assistem o meu canal, algumas brancas que vieram assistir o meu canal falam: “eu vim assistir o seu canal, porque eu quero me informar, porque eu quero entender mais sobre essa questão negra”. É ótimo e por isso que eu faço vídeos sobre feminismo, mas eu também não faço só vídeos sobre isso. Então, eu não quero que o meu canal seja um glossário, a gente não quer que esses canais negros “eu vou passar na provinha de desconstrução com meus amigos no bar, tenho que tá com o texto do feminismo na ponta da língua”. Eu vejo esses canais depois eu saio.

10:05 PC: Inclusive assim, eu tenho certeza absoluta que nos comentários deve ter uma galera já tem muita gente se enforcando.

10:09 Nátaly: À vontade, à vontade. Existem dois tipos de pessoas, as pessoas que não entendem e chega loucona, porque não entende, porque vem de uma outra realidade. Eu falo tudo bem, mano. Mas tem gente que sabe que você precisa falar sobre racismo, que sabe que eles estão realmente em uma posição de vulnerabilidade socioeconômica, mas continuam te batendo, porque que são racistas. Essas pessoas a gente só dá os *prints* e manda pra delegacia depois. É basicamente isso.

10:34 PC: Cuidado. A polícia bate na sua porta, irmão. Eu, como homem branco, cis, hétero, não sabe o que tá falando.

10:51 Nátaly: rico no YouTube, dono do YouTube, *top creator*.

10:49 PC: O que a gente pode fazer para ajudar a cena das mulheres negras no YouTube?

10:59 Nátaly: Homens geralmente, homens e pessoas que não estão necessariamente, que não são o alvo, não são tipo as vítimas diretas, por exemplo, do machismo e da sociedade patriarcal, vocês se veem como muito distante [...]. A gente tem estereótipos de masculinidade que engessam a sua realidade, que engessam a realidade de todo mundo [...]. Machismo, racismo atrapalha a vida de todo mundo, então não é ajudar, porque você não vai ajudar ninguém. Você vai fazer o que você tem que fazer e o que você tem que fazer é lutar contra a desigualdade. Contra igualdade de gênero, conta da igualdade racial e pra ajudar no YouTube, o que você pode fazer pra ajudar no YouTube? Você pode ir atrás dessa galera negra que está aqui e que está produzindo as mesmas coisas que todo mundo produzindo, sabe?

12:16 PC: Se inscreve no canal, dá *like* nos vídeos, assiste a porra toda até o final.

12:19 Nátaly: Exatamente. E vê que é interessante, sabe? Não é glossário. A gente não está aqui para ensinar, só ensinar. A gente tá aqui pra viver e para produzir conteúdo interessante e relevante, assim como todo mundo. **Mano, 50% da população é negra, a gente precisa de *top creators* negros mais. É assustador.**

12:37 PC: Eu acho meio absurdo até quando você cai na real de que você tem explicar para alguém que você é uma pessoa normal.

12:42 Nátaly: **É, mano. Eu não sou diferente. As pessoas falam o discurso da minoria. A gente não é minoria. Não é um discurso que é minoritário, são os direitos que são, sabe? O acesso que é.**

Partindo para a finalização do vídeo, Nátaly e PC entram na parte do conselho, que foi feito em todos os vídeos da *playlist*, no qual os *youtubers* se dirigem ao público dando um direcionamento relacionado ao tema como forma de sintetizar a discussão.

13:21 PC: Você aí que está em casa, cara.

13:24 Nátaly: **Você tem que fazer alguma coisa sobre isso.**

13:25 PC: Você não pode ficar ali neutro achando que não está acontecendo nada e fazer um monte de coisa errada e só pedir desculpa achando que nada vai acontecer.

13:32 Nátaly: Isso interfere a sua vida, porque você tá aqui no planeta Terra. Somos todos humanos, mas não somos todos iguais.

13:36 PC: Isso. Não seja babaca, porque a vida cobra, hein?

13:39 Nátaly: Exatamente.

13:42 PC: E. A sua batata tá assando aí, bicho.

13:43 Nátaly: A gente conta com você pra fazer alguma coisa. É sua obrigação.

13:46 PC: É. E seja gentil nos comentários desse vídeo, por favor.

Em seguida, será dado um olhar ao público a partir da observação do vídeo, para analisar como os sujeitos lidam os temas, questionamentos e críticas apontados.

### 3.2 Da caixa de comentários

Forneço aqui os dados quantitativos referentes à participação do público. Os elementos apresentados pertencem aos códigos disponíveis na *playlist* e aos 1.104 comentários coletados. Esses dados concederam as evidências empíricas necessárias para que fosse realizada a análise.

Como já informado anteriormente, o vídeo com maior engajamento é o oitavo vídeo da *playlist*, que possui 464.383 visualizações, 61.000 *likes*, 5.500 *dislikes* e 4.248 comentários. Nesse contexto, me direciono as falas do público coletadas que contemplam o tema de pesquisa. Foi adotado um procedimento para classificar o público de acordo com o perfil do posicionamento em relação ao conteúdo. Para isso, foram utilizadas as categorias de análise<sup>43</sup> feitas por Paula Coruja em sua dissertação de mestrado, que busca compreender que aspectos dos feminismos são debatidos pela *youtuber* Jout Jout e ressignificados nas manifestações do público na caixa de comentários. Pelo fato do perfil de posicionamento em relação ao conteúdo verificado por Coruja em sua dissertação ser semelhante ao pertencente no canal *maspoxavida*, mais especificamente no vídeo ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI, que utilizo tal categorização.

Essa classificação foi feita com o auxílio de um *software* de análise qualitativa assistida por computador (*Computing Assisted Qualitative Data Analysis Software*, CAQDAS, na sigla em inglês), o NVivo<sup>44</sup>,

### Tabela 3 - Perfil de posicionamento do público

---

43 Na classificação de Coruja, são categorizados quatro subdivisões para o grupo dos Adoradores, que foram dispensados nesse estudo, pois não auxiliariam na resposta ao problema de pesquisa.

44 A quantidade de comentários coletada em cada um dos vídeos foi estabelecida automaticamente pelo NCapture, ferramenta de coleta de dados de redes sociais digitais para o NVivo, sem nenhuma configuração prévia. Segundo informações da página de ajuda do NCapture, o número de comentários é determinado pelo YouTube e pode variar de acordo com o número de comentários disponíveis. Em casos de vídeos com elevado número de comentários, é possível capturar apenas “os mais recentes”. Ao todo, foram analisados 1104 de 4.248 comentários, uma coleta que equivale 26% do total de comentários.

PERFIL DE POSICIONAMENTO	SIGNIFICADO
Adoradores	Comentários elogiosos à <i>youtuber</i> e ao conteúdo de suas postagens. Registro da apreciação, seja em textos mais longos, ou curtos, muitos deles com sinais gráficos específicos, como o “<3”, que é a representação de um coração na linguagem usada na internet. Esse posicionamento é comum entre os fãs mais engajados.
Auto-divulgadores	São comentários com o fim de divulgar o próprio canal. Como o YouTube é uma rede unidirecional, ou seja, não possui um elo duplo, basta que alguém se inscreva para receber as informações, sem a necessidade da outra pessoa fazer o mesmo. A auto-divulgação em canais de grande visibilidade é comum porque traz um retorno em termos de novos inscritos. Também há casos de pessoas que divulgam links para concursos que demandem engajamento. Alguns desses, entretanto, também se posicionam como Adoradores.
Ponderados	São questões direcionadas à comunidade de comentaristas do canal, ou respostas àqueles que direcionaram dúvidas. Podem conter pedidos diretos (“Alguém pode me explicar”, “Alguém sabe” são alguns começos comuns de comentários ponderados). A resposta, em geral, é cordial e vem de um ou mais comentaristas do canal, que podem também se posicionar como adoradores da <i>youtuber</i> .
Opinativos	Comentário a partir do qual se registra uma opinião sobre o assunto em questão. Podem concordar ou discordar, complementar as informações apresentadas nos vídeos. Também podem se posicionar como adoradores (alguns deixam essa informação registrada antes da opinião). Em alguns casos, quando não gostam da resposta que recebem de algum outro comentarista (defensor ou ponderado), podem mudar o tom e se posicionar como críticos.
Críticos	Chegam na caixa de comentários para deixar claro que são contrários ao que está sendo dito nos vídeos, ou que não gostam dos <i>youtubers</i> . Diferente dos <i>haters</i> , os críticos são posicionamentos com comentários mais longos, em que há uma tentativa de desenvolver um argumento. Alguns entram nas discussões como críticos, mas, ao receber uma resposta mais cordial, mudam o tom e passam a ser, também, ponderados. Outros, ao contrário, ao serem rebatidos de forma mais dura por algum Adorador, deixam qualquer traço de cordialidade de lado e passam a se comportar como <i>haters</i> .

<i>Haters</i>	São contrários ao que está sendo dito nos vídeos, ou que não gostam dos <i>youtuber</i> e usam normalmente xingamentos em seus comentários.
---------------	---

Fonte: CORUJA, 2017, p.109-111

A categorização desses posicionamentos com relação ao conteúdo procura auxiliar a percepção com mais clareza de como os sujeitos se expressam na caixa de comentários e que, de alguma forma, a questão racial se faz presente e se torna tema a ser compartilhado entre os sujeitos que compõem o público do canal.

Dos comentários coletados, 885 eram iniciais e 219, respostas. Com base nessa estrutura feita com auxílio do NVivo, os comentários foram lidos e categorizados. Após um extenso exame das 1.104 das interações, classifico os comentários a partir do perfil de posicionamento do público em relação ao conteúdo, que pode ser visualizado na Tabela 4 (abaixo).

**Tabela 4** - Perfil de posicionamento de acordo com os comentários

<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Adoradores	551	50,6%
Auto-divulgadores	10	0,9%
Ponderados	51	4,6%
Opinativos	145	13,3%
Críticos	193	17,7%
<i>Haters</i>	139	12,7%
<b>TOTAL</b>	1.089 <sup>45</sup>	100%

<sup>45</sup> Comentários que não encaixavam em nenhum dos perfis foram descartados.

Ao analisar a tabela, é possível perceber que há um número alto de Adoradores que deixam comentários no canal e que o número de Auto-divulgadores é baixo. Existem posicionamentos mais agressivos no vídeo, catalogando esses enquanto *Haters*. Aparecem também tentativas, mesmo que dentro de uma lógica muitas vezes incompreensível, de desenvolver um argumento, ou, pelo menos, explicar o ponto de vista, classificando tais como Críticos. Os Opinativos, por sua vez, se expressam tentando desenvolver uma argumentação própria, mesmo que contrária às ideias dos criadores de conteúdo.

### 3.2.1 Perspectivas quanto à luta antirracista

Há uma natureza conversacional que é central no YouTube. A plataforma configura-se como um espaço de diálogo mais do que apenas um lugar de entretenimento. Cada canal atua como um espaço social próprio, onde uma audiência diversa (e dispersa) se encontra com expectativas e práticas próprias. A caixa de comentários, funcionalidade estabelecida como espaço para o diálogo, atua como meio de interação – e disputas – da audiência. Em seguida, examino como a luta antirracista se insere no YouTube Brasil estabelecendo uma ligação com os perfis de posicionamento do público categorizados.

Logo no início do oitavo vídeo da #YouTubeNegro, Nátaly se apresenta dizendo que aborda o feminismo negro em seu canal e PC comete um equívoco e logo tenta se retratar quando pede para a criadora explicar a diferença entre feminismo negro e “feminismo normal”. Nátaly elucida que os dois possuem pautas diferentes, por exemplo, quanto à liberdade de relacionamentos.

É possível observar que os comentaristas que se encaixam no perfil de *Haters* criticam o feminismo e o fato da *youtuber* diferenciar o feminismo negro do branco. Esse tipo de comportamento pode ser identificado em:

C1 Fudeu agora cada mulher vai querer ter seu **feminismo**!! O feminismo é algo tão coerente qnem as proprias feministas se entendem!!!

C2 Não vejo diferença nas **feministas** pela cor, e sim pelas atitudes, as extremas e as mais razoáveis...

C3 que merda **feminismo** é o caralho

C4 **feminismo** é um câncer

Em seguida, uma observação que o criador apresenta se trata do estilo de vida de *youtubers* negros e brancos, que são distintos, mas que não necessariamente isso vá fazer

diferença quanto ao formato de um vlog. A produtora de conteúdo articula o racismo como algo estrutural, que uma vez YouTube reproduz os parâmetros dados na sociedade, e que os negros representam maior parcela da população pobre no Brasil, sem acesso às melhores tecnologias, junto a outros problemas, como o de interesse, vai haver uma falta de criadores negros na plataforma.

As teorias do racismo que enfocam estruturas, sistemas e instituições enxergam tais mecanismos, não apenas como incentivos potenciais de conflitos entre grupos raciais, mas como os princípios causais que engendram o racismo em si (CAMPOS, 2017). Termo apresentado pela *youtuber* no vídeo, o racismo estrutural é articulado como uma concepção que faz referência à sociedade nas quais os níveis econômico, político, social e ideológico são parcialmente estruturados pelo posicionamento dos atores em categorias raciais ou raças (BONILLA-SILVA, 1997). É uma forma de violência reproduzida no tecido social não mais na forma direta, mas nas formas institucional e cultural (ALMEIDA, 2018).

Nátaly aponta também o fato do branco não se enxergar enquanto raça. Justamente por não se enxergarem, há uma impressão de que tudo que os *youtubers* brancos falam é comum, o que não necessariamente é, pois não abarca a experiências de muitas outras pessoas. Que existe uma visão de que o conteúdo de pessoas negras é algo nichado.

Frankenberg (1999) define a branquitude como uma posição de poder, um lugar confortável no qual se pode atribuir ao outro aquilo que não se atribui a si mesmo. A branquitude procura se resguardar numa pretensa ideia de invisibilidade. A identidade racial branca não se considera uma identidade racial marcada. Em nossa sociedade prepondera o pensamento de que o branco não possui raça ou etnia. O branco não se encaixaria nos grupos, muitas vezes, denominados como minoria racial, étnica ou nacional (CARDOSO, 2008; CARDOSO, 2011).

Diante desse apontamento da criadora de conteúdo – de que o branco não se enxerga como grupo racial – pessoas do perfil de Adoradores expressam entusiasmo ao compartilhar um novo olhar quanto à branquitude depois do argumento apresentado por Nátaly, que podem ser percebidos em:

C1 Realmente, não tinha pensando desta forma, mas não nos vemos como raça, **obrigada por me abrirem os olhos!** ^^

C2 Cara, gostei muito do vídeo. Assim como o PC eu reconheço minha ignorância no assunto. Uma coisa eu não saquei: **sou branco e realmente não enxergo como raça.** Mas se todos passarem a enxergar, isso não será um passo pra trás no pensamento de que somos iguais é a raça não importa? pergunta sincera.

C3 De toda a conversa, **o que mais gostei foi de que o branco não se vê como raça.** Faz muito sentido, explodiu minha mente. Eu curto este tipo de conteúdo que me faz refletir sobre quem sou e como sou. Obrigada.

A *youtuber* indica a cultura brasileira como hegemonicamente branca e que a partir do momento que se tenta falar de negritude, deveria haver discurso da naturalidade, e não da diversidade. Nátaly ainda aponta: “e a gente ainda tá em maior quantidade, mano. É mais de 50%”.

Esse é o primeiro momento no vídeo que a *youtuber* menciona a porcentagem de negros no Brasil. Tal informação é amplamente discutida na caixa de comentários. Alguns classificados na categoria de *Haters* tecem suas observações, como pode ser visto em:

C1 Negros não são mais de 50% da população, isso é uma **mentira inventada por esse movimento tosco e segregacionista** para legitimar as merdas que falam.

C2 PQP, só falam merda, onde que negros são maioria? se falassem de pardos, até ficaria quieto, mas **negros não representam nem 10% da população brasileira.....**

No entanto, em sua maioria, são os Críticos que trazem seus posicionamentos sobre o assunto em questão. Diferente dos *Haters*, os Críticos tentam desenvolver um argumento em seus comentários, que são geralmente mais longos. Suas reações são colocadas abaixo:

C1 Correção: **Segundo o IBGE, não são 50% da população brasileira** Negra e sim Negros: 7,6%, seguido com pardos 43,1%, aglutinar esse dado é uma desonestidade argumentativa, já que o método de pesquisa do IBGE utiliza raça como auto-determinativa.

C2 Acho que o argumento de que os negros não estão no youtube por causas socioeconômicas ficou meio vazio nesse vídeo. Pode até ser verdadeiro, mas faltou uma explicitação melhor e mais referenciada, pelo fato de que **segundo o IBGE os negros são menos de 8% da população** e NÃO MAIS DE 50% como a Nátaly Neri disse. Esse debate é muito pertinente e deveria melhor trabalhado com outros vídeos, entretanto a proposta do PC é totalmente válida de colocá-lo em pauta.

C3 Engraçado que **de acordo com qualquer censo demográfico os brancos são sim maioria no Brasil**, seguido dos pardos/mestiço o preto conta apenas com mais ou menos 8% da população brasileira.

O segundo momento em que a *youtuber* aborda informações relativas à quantidade de negros no Brasil é logo no fim da gravação com: “Mano, 50% da população é negra. A gente precisa de *top creators* negros mais. É assustador” e “A gente não é minoria, não é um discurso que é minoritário”.

Juntamente a discussão sobre a quantidade de negros no Brasil e se representam maioria ou minoria no país, está atrelado ao debate o conceito de pardo, com muitos não os categorizando como negros. Os comentários abaixo ilustram o que foi observado:

a)

C1 Ox menina **Negros não estão em maior quantidade são 7 % 44 %** pardos que são mistura de brancos e negros que podem puxar mais para um do que pra outro 47% brancos SÃO DADOS

C2 (em resposta) O Brasil tem a segunda maior população negra do mundo de fora da África em 2005 o Brasil recebeu até uma medalha da ONU por caísa disso. Em 2015 e 16 foi divulgado que 57% da população se declarou negra mais segundo o IBGE o número e muito maior do que isso no Brasil não existe negros puros por isso os pardos e negros são a mesmo coisa e pardo nem existe mais como cor aliás pardo nunca foi cor Tinha que ser branco mesmo

C3 (em resposta) Hum, se ofendeu pq te julgaram como minoria ? Mas na real volte o vídeo e assista novamente, o que ela disse é negros, pardos, índios e amarelos juntos, são maioria.

C4 (em resposta) + C2 Não são a mesma coisa? Pelo que eu saiba os pardos também tem pele escura? David Luís, Ronaldo fenômeno , Bruno Gagliasso, são brancos mais com tons de pele diferente só em olha pra ranaldo e David Luís se percebe características negras o mais cômico pros brancos não existe rótulos né só pros negros. **Negros e pardos são a mesma coisa sim** a diferença e que pardos são uma mistura até o IBGE disse a mesma coisa

C1 (em resposta) + C2 Então vá discutir com o IBGE e a ONU não comigo até mesmo porq não poderei resolver o seu problema de aceitação. Eu sou neto de índios e italianos e sou descendente de escravos também é nunca me declarei pardo até mesmo porq não sou papel QUANDO VC SE ACEITAR TE GARANTO QUE VC SERÁ UMA PESSOA FELIZ

C1 (em resposta) + C2 E procure sobre o vídeo “pardo de schrodinger”! **O IBGE não consideram pardos e negros a mesma coisa.** Pardo só serve pra inflar esse tipo de estatística.

b)

C1 6:17 12:51 Maior quantidade é o cacete. 54% se declaram negros E pardos, se entrarmos dentro dessa estatística **vemos que negros são minoria sim.** Eu sempre me declarei pardo porque assim sou e sempre vou ser. Dizer "negros são maiorias" é muita manipulação e má fé. :)

C2 (em resposta) E pior no estado de São Paulo, onde pretos e pardos são apenas 30%. Aí inventam teorias para dizer que as pessoas não se declaram negras porque tem vergonha da própria cor. **Não é porque o Brasil é um dos países mais miscigenados do mundo...**

C3 (em resposta) segundo o IBGE, **negros = pretos + pardos.** Nessa classificação, os negros são sim maioria no Brasil. É claro que existem outras classificações e opiniões, mas a tese de que negros são maioria tem respaldo :)

C4 (em resposta) + C3 daí depende se você é lido socialmente como um ou um índio mas na minha opinião não tem essa de pardo não, ou é um ou é outro

C5 (em resposta) + C3 **Pardo e o que ?** Cor de merda pardo não existe! Isso so foi uma coisa inventada para separa as cores negras. isso e colorismo

C6 (em resposta) + C5 **O que seria pessoas pardas ?** A miscigenação é algo que ocorreu quanto os capitães e os senhores donos das casas brancas estupravam as escravas e elas engravidavam. Entt logo essa miscigenação é fruto de algo muito doloroso.

No estudo da questão racial, diferentes abordagens se sobressaíram, muitas produzidas pelo pensamento acadêmico europeu do século XIX e reproduzidas pelo pensamento social brasileiro que ecoam até os dias atuais. A procura de explicar as relações raciais sobre o prisma da miscigenação e da democracia racial, Gilberto Freyre consolida o mito da democracia racial, originário da sociedade brasileira, da mistura das raças negra, branca e índia, incluindo-se além da mistura biológica a mestiçagem cultural. Mito esse que penetrou profundamente na sociedade brasileira e que, ao exaltar a ideia de convivência harmoniosa entre os indivíduos de todas as camadas sociais e étnicas, na verdade camufla uma realidade marcada de tensões e de racismo em nome de uma ideologia oficial de um país sem a discriminação racial, pois perdura a harmonia entre os grupos raciais que o constituíram como nação (MUNANGA, 2008).

Apesar de desconstruída, com afirmações de que o Brasil cria condições específicas para que tal mito seja usado como forma de mascarar e naturalizar as desigualdades, a ideia de democracia racial se dissemina, mantendo enraizado o pavor de o branco ser comparado ao negro, ao mesmo tempo em que prega a miscigenação como uma evolução aos negros (MUNANGA, 2008).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é extensivamente citado nos comentários apresentados. Nas pesquisas domiciliares do IBGE, a cor dos moradores é definida por autodeclaração, ou seja, o próprio entrevistado escolhe uma das cinco opções do questionário: branco, pardo, preto, amarelo ou indígena. Não há um grupo denominado negro, no entanto, o IBGE reconhece que os negros são um grupo mais abrangente que inclui tanto pretos como pardos. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua de 2016 do Instituto, entre 2012 e 2016, a participação percentual dos brancos na população é de 44,2%, enquanto a participação dos pardos é de 46,7% e a dos pretos, 8,2%.

Os posicionamentos dos *Haters* e, em especial dos Críticos, pontuados, principalmente pela falta de articulação e coerência em relação às teorias, correntes e movimentos de igualdade raciais, ao contestar os negros como maioria no Brasil, em diversas vezes

categorizando os pardos como não negros, certificam a força do mito da democracia racial no imaginário brasileiro e a exaltação à miscigenação negando as desigualdades raciais e escamoteando os problemas socioeconômicos que enfrentam os afrodescendentes.

Logo depois, é trazido o conceito de capital cultural como característica perpetradora do status do YouTube nos dias de hoje, que contribui ainda mais com a estratificação em uma constante reprodução da realidade. Nátaly ainda traz um contra-argumento falando que *youtubers* brancos também sofrem dentro da plataforma, e logo adiante desconstrói afirmando que fala de uma questão estrutural, e não individual, que afrodescendentes historicamente estão em situação de vulnerabilidade econômica, social e cultural dificultando, por exemplo, a compra de bons equipamentos ou do acesso a materiais que facilitem a produção de conteúdo.

Capital cultural é uma expressão cunhada e utilizada por Bourdieu para analisar situações de classe na sociedade. O conceito refere-se aos dispositivos técnicos e simbólicos adquiridos pelos sujeitos no meio social. É o conjunto de diplomas, nível de conhecimento geral, experiências com teatro, artes, idiomas e boas maneiras (BOURDIEU, 1998), sugerindo que filhos de famílias com baixo nível de capital cultural por parte dos pais estão sujeitos a não compartilhar da cultura da classe dominante (BOURDIEU, 2010).

Nesse sentido, para ter maior visibilidade no YouTube, um criador não necessita apenas de capital social, vinculado às redes de relações sociais que um sujeito possui com outros agentes, e de capital econômico, relacionado às posses financeiras e bens portados pelos sujeitos, mas também de fundamentos simbólicos.

Acerca da justificativa indicando que a dificuldade da presença e sucesso de *youtubers* negros na plataforma existe por causa de uma desigualdade em vários níveis entre negros e brancos no Brasil, é notada uma mobilização, em maior quantidade, de comentaristas Opinativos. Focando-se mais em expressar uma opinião estritamente sobre o assunto, sem pender para a agressividade, os Opinativos trazem seus pontos de vistas em:

C1 Ninguém te impede de gravar teus vídeos amigo... **Se você eh bom, você vai fazer sucesso.. simples assim**, sé você não eh bom nisso, você pode até ser dourado amigo, que irá dar no mesmo

C2 **é tudo questão de "timing" e publico**, muitos dos canais grande hoje explodiram a muitos anos, alguns se manteve outros caíram, agora veio uma nova "leva", com conteúdo diferente, e esta fazendo sucesso, porem tem muito canal pequeno com muito menos 100 mil inscritos excelentes. em resumo se o conteúdo não ta no "timing" do momento, ou não tiver um conteúdo diferenciado ele não vai para frente (salvas algumas exceções), não importa a etnia.

C3 **A maioria (se não todos) os canais de mulheres só falam de África**, apropriação cultural, feminismo e cabelos afro. Pra pessoas que não se interessam sobre nada disso

\*como eu\* não vão ter interesse nenhum nesses canais, por isso quase não crescem e não tem tanta fama quanto aos outros canais.

C4 Caralho velho, namoral, nunca me inscrevi no canal de uma pessoa negra pelo unico motivo: **nunca encontrei um bom**. Vou neste exato momento verificar os canais recomendados, pois se tiver QUALQUER canal que seja divertido e com um bom conrteudo, videos bem editados, eu vou me inscrever. nao importa a cor da pele da pessoa, ou sua origem

C5 O YouTube é uma plataforma aberta, **se o conteúdo for interessante as pessoas vão ver**, independente da cor ou sexo de quem faz o vídeo. Larguem esse coletivismo tosco

A negação do racismo e a evolução do conceito de democracia racial se aperfeiçoaram com o conceito de meritocracia, segundo o qual os negros que se esforçarem poderão usufruir de direitos iguais os dos brancos. Tal conceito, na prática, apenas serviu para a manutenção da desigualdade entre brancos e negros (ALMEIDA, 2018). Twine (1997) aponta que o mito da democracia racial é fortemente difundido, pois serve de argumento para indicar as políticas de combate ao racismo como desnecessárias, com habituais alegações de que todas as pessoas possuem as mesmas oportunidades.

De acordo com os Opinativos, a questão racial não assume importância e não aparece como estruturante na formação social, sendo negado o papel da raça na geração das desigualdades sociais. Ao indicar motivos que não perpassam a questão racial para a falta de visibilidade de criadores de conteúdo negros, é validada a crença na igualdade de oportunidade como meta a ser alcançada por sujeitos que sofrem a violação de direitos e negação de sua diversidade.

A criadora fala que as pessoas precisam compreender que o mundo não é sobre sua realidade e que devem entender e ter interesse em outras trajetórias. A respeito das diferentes trajetórias dentro do YouTube, foi possível identificar o depoimento de *youtubers* negros, muitos na categoria de Adoradores, que descrevem suas vivências e as dificuldades de como é estar na plataforma, fortalecendo os argumentos que Nátaly faz no vídeo. Como exemplo:

C1 Eu adorei o video! Acompanho a Nátaly desde o vídeo com a JoutJout e é incrível como ela prende minha atenção. Sou mãe solteira, **sou negra e youtuber** a pouco tempo. Eu não entendo de assuntos feministas, **mas o fato é que tenho sofrido** e vendo cada dia mais situações que me fazem parecer diferente do resto da humanidade sabe?! Seja por ser mulher ou por ser negra. Se sou mulher devo ser uma boa dona de casa, eu gosto de cuidar da família, mas não quero que isso me seja imposto. Sou negra portanto obviamente devo ser uma domestica, não posso ser uma criadora de conteúdo e se faço alcanço poucas pessoas mesmo conhecendo muitas que também são negras. É meio louco.

C2 TÔ AQUI!!! mas **é muito difícil mesmo, ser negra no youtube**, o mais difícil é começar, comecei há pouco tempo e to batalhando muito pelo meu espaço, é difícil e muitas vezes cansativo :(

C3 Oi PC e Nátaly, sou negro e esse ano resolvi começar um canal aqui no YouTube, e faz muito tempo que pensava em começar. Mas não passava de vontade porque eu sinto exatamente essa dificuldade em lidar com aceitação, tanto minha quanto o medo de não ser muito aceito pelo público... justamente por olhar os canais maiores e ver que a GRANDE MAIORIA são brancos que tomam conta da porra toda. Parece que não, mas pra quem é negro e faz planos de começar algo na plataforma isso **PESA MUITO NO PSICOLÓGICO**. Fico bastante feliz com o PC ceder esse espaço no canal dele pra discussão, acho que até me deu uma animada pra continuar. Eu já conhecia o canal da Nátaly e assisti todos os vídeos do YouTube Negro. Espero que a discussão continue na comunidade!

Muito obrigado pelo vídeo!

C4 top, top de mais eu tenho um canal e depois de assistir esse vídeo me empouguei mais a fazer é criar muito obrigado, e **vamos lutar mais por um espaço no YouTube**

Também é importante ressaltar a existência de comentários sobre os conceitos de “raça” e “etnia”, sendo feitos vários apontamentos indicando que Nátaly havia cometido um erro, como verificado em:

### C1 RAÇA NÃO EXISTE APEAS ETNIA

C2 Engraçado alguém que devia ter tanto conhecimento sobre o assunto fica falando em **raça, que não existe**, o que existe são etnias

C3 Mereceu o dislike pelo fato da Nátaly **não saber a diferença entre raça e etnia**. E no canal dela existe a observação de ser uma estudante de ciências sociais...

A permanência das percepções que condiziam com a ausência de racismo no Brasil como a de Freyre levou a outros estudos com esse direcionamento. A pesquisa de muitos autores considerou as relações econômicas, relacionando a desigualdade com a classe social e não a “raça”. Parte do projeto da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) em 1951 e 1952, com o objetivo de realizar uma série de pesquisas sobre as relações raciais no Brasil, o estudioso estadunidense Donald Pierson, foi um dos principais representantes dessa corrente. Uma das principais consequências do estudo de Pierson na década de 1950 foi apontar a percepção de que no Brasil as “raças” não existiriam e de que o que importava em termos de oportunidades de vida era a classe social. O problema desta definição, contudo, é que a postura anti-racialista de negação da existência de “raças” “fundiu-se rapidamente com uma política de negação do racismo como fenômeno social. No

Brasil existiria apenas “preconceito”, ou seja, percepções individuais equivocadas, que tenderiam a ser corrigidas na continuidade das relações sociais” (GUIMARÃES, 1999).

Hoje, há amplo consenso da ineficácia teórica de raça do ponto de vista biológico, tendo sido definitivamente erradicado pela genética, mas, ao mesmo tempo, multiplicam-se as constatações de sua persistência como realidade simbólica extremamente eficaz nos seus efeitos sociais. A noção de raça ainda permeia o conjunto de relações sociais, atravessa práticas e crenças e determina o lugar e o status de indivíduos e grupos na sociedade. Nesse sentido, a pessoa pode ser identificada, classificada, hierarquizada, priorizada ou subalternizada a partir de uma cor/raça/etnia ou origem a ela atribuída por quem a observa (IBGE, 2013).

O público que tece este tipo de comentário, de forma consciente ou não, recusando o uso de qualquer conceito de raça que, para muitas pessoas vítimas de práticas racistas ainda é necessário para reafirmar suas identidades em termos raciais, tenta esvaziar o seu conteúdo simbólico e político.

### 3.2.2 Discurso da audiência conforme o perfil de posicionamento

Ao analisar as falas presentes nos 1.104 comentários do vídeo ONDE ESTÃO OS NEGROS NO YOUTUBE? | FT. NÁTALY NERI foi possível mapear as práticas próprias dos sujeitos que se engajam no canal, além de compreender como se posicionam, e se relacionam, com o conteúdo proposto pelos criadores em parceria com o YouTube Space.

Apresento prontamente uma síntese das expressões do público de acordo com cada perfil de posicionamento, além das descobertas tendo manuseado o *software* de análise qualitativa assistida por computador (*Computing Assisted Qualitative Data Analysis Software*, CAQDAS, na sigla em inglês), o NVivo.

Utilizo o *software* NVivo para calcular a frequência de palavras<sup>46</sup> entre os perfis mais díspares, no caso os Adoradores e os *Haters*. Como colocados nas figuras 3 e 4 (abaixo).

---

46 Foram retirados preposições e artigos da base de dados para que a nuvem gerada revelasse melhor a dimensão do restante do vocabulário utilizado.



Como esperado, existe uma diferença significativa nas expressões usadas em cada um desses posicionamentos. No caso dos Adoradores, as palavras “mulher” e “maravilhosa” ocupam o centro da nuvem. É possível encontrar também diversos elogios tanto ao conteúdo do vídeo quanto aos *youtubers*, especialmente Nátaly Neri (“linda”, “parabéns”, “inteligente”, “incrível”, “maravilhosos”).

Na nuvem de *Haters*, uma das palavras do centro é “merda”. Outras palavras depreciativas e xingamentos podem ser encontrados, novamente com maior direcionamento a Nátaly (“ignorante”, “ridículo”, “porra”, “retardada”, “opressora”, “vitimista”).

De modo geral, os Adoradores expressam apreço pelos *youtubers* e pelo conteúdo apresentado, através de elogios ou agradecimentos, muitos reforçando a importância e necessidade da discussão do tema, a exemplo de:

C1 **Nátaly é maravilhosa**, nunca vi uma pessoa/um canal no youtube brasileiro com uma pessoa que fala tão bem de assuntos sociais sem agredir ninguém, sem deixar dúvidas e com uma postura tão incrível como a dela. Essa mulher merecia estar num programa de TV!!!!!! Admiro e não é pouco, sou extremamente fã dessa guria <3

C2 Essa mulher é SENSACIONAL! Ótimo ver ela em seu canal, parabéns aos dois! **Esse debate DEVE existir!**

C3 Nátaly rainha! Adorei o vídeo e assim como cada um do #YoutubeNegro (e do seu canal pra ser mais exataahaha). Tá de parabéns, querida! **E obrigada PC por abrir seu canal pra uma discussão tão importante e necessária como essa.** Beijo pros dois!

C4 Que maravilhosa e que energia boa ela passa! Parabéns pelo trabalho, aos dois! E PC, **continue trazendo conteúdos informativos pra galera**, aproveita sua visibilidade pra enriquecer o pessoal com mais informações assim! :D

C5 Vídeo EXELENTE! **Muito obrigado!** Espero que quem assista busque desenvolver mais sobre o assunto e compartilhe com a galera.

Como o canal maspoxavida tem muita visibilidade, é comum que exista a divulgação de canais diversos com o propósito de trazer um retorno em termos de novos inscritos. No caso dos Auto-divulgadores, foi identificada uma parcela de criadores de conteúdo negros, que acabaram não só, respondendo a pergunta do título do vídeo – Onde estão os negros no YouTube? - como também se auto divulgando, como visto abaixo:

C1 ESTOU AQUI !!

C2 Estamos por **aqui**!!

C3 OLHA O PEDRO PRETO AQUI !!!! **TENHO CANAL! SEGUE NOIS**

C4 Aqui =3

C5 Estamos aqui, **conheçam nosso canal!**

C6 Eu sou negra, youtubers aqui

C7 Eu, negra, youtubers to **aquiiii**<sup>2</sup>

Os Auto-divulgadores, portanto, se beneficiam do diálogo sobre o assunto em questão, pois serve como uma forma de atrair uma nova audiência, que se predispõe a conhecer canais de *youtubers* negros.

Os Ponderados, categorizados como os que fazem questões direcionadas à comunidade de comentaristas do canal, ou respostas àqueles que direcionaram dúvidas, em grande maioria acabaram englobando suas discussões em torno de algo bem específico, o cabelo de Nátaly Neri, que modelou seu *baby hair* na testa, o desenhando em ondas. São frequentes as perguntas sobre o que se tratava.

C1 O **que é isso** na cabeça/testa dela? Parece um desenho

C2 **Qq** **isso** na testa Dela?

C3 Ela tem **tatuagem** na testa?

C4 Ela é uma mulher linda, porém, qq é esses cabelos desenhados ai? kkk nao entendi

Em termos gerais, não há como identificar aprovação ou desacordo com o debate apresentado no vídeo por parte dos Ponderados.

Os Opinativos, por sua vez, orbitam em torno de suas convicções acerca dos motivos de *youtubers* negros não estarem em maior presença e serem bem-sucedidos na plataforma. Alguns podem ser posicionados como Adoradores, registrando seus pontos de vista concordando com o que foi trabalhado, mas um maior número discorda, exibindo suas opiniões sobre as causas para a falta de interesse do público ou as razões do êxito de *youtubers* em geral. Nesse último caso, identifica-se o uso do discurso da meritocracia, na qual as oportunidades são equânimes a todos, culpando o atraso social dos negros ao próprio grupo social negando a luta antirracista no YouTube.

Como já colocado anteriormente, os Críticos tentam desenvolver uma argumentação ou, pelo menos, explicar seu ponto de vista. No caso do vídeo em questão, o foco dos Críticos

recai sobre o que é afirmado por Nátaly quanto ao percentual de negros no país. São trazidos, de forma predominante, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de para argumentar que os negros não representam mais de 50% da população brasileira. Argumentos estes com uma falta de articulação e coerência quanto à questão racial no Brasil. Por meio destes, os Críticos se colocam como mobilizadores do mito da democracia racial e da exaltação da miscigenação, que vê nos pardos pessoas não negras, contribuindo com o desprezo e a obstrução do debate das desigualdades raciais no país.

Já os *Haters* utilizam de uma linguagem chula e xingamentos para apontar sua discordância ao que é apresentado de modo geral rejeitando quaisquer manifestações da luta antirracista no YouTube Brasil, como visto em:

C1 nunca escutei tanta **merda** como nesse vídeo

C2 kkkk que **merda** vão trabalhar

C3 que vídeo **ridículo**.

C4 puta que pariu... **tem como desver essa porra**.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Forneço aqui minhas considerações finais sobre a pesquisa, apresentando reflexões mais gerais sobre o processo da investigação, já que as conclusões empíricas foram apresentadas ao fim do capítulo de análise.

A visibilidade do discurso dos produtores de conteúdo negros no YouTube e, assim, da luta antirracista, indica que a representatividade negra possui relevância no meio virtual. O YouTube Space, ao incentivar e facilitar iniciativas como a da *playlist* #YouTubeNegro - na qual *youtubers* negros se voltam a um discurso da superação de desigualdades geradas por fatores históricos, econômicos, sociais e culturais e, conseqüentemente, institucionalizados - possibilita uma maior identificação e reconhecimento de problemas enfrentados pelos negros dentro e fora das redes sociais por meio dos discursos produzidos pelos mesmos, apresentando o YouTube uma como agente transformador da sociedade civil.

Através da postagem dos vídeos e, em especial da disponibilização da caixa de comentários, que viabiliza dinâmicas inúmeras e singulares de conexão social, o YouTube Space cumpre com seu propósito de ampliar o impacto do debate de questões raciais posicionando-se enquanto mobilizador da redução das desigualdades e fomentador da diversidade no ambiente virtual.

A partir da categorização realizada de acordo com a postagem com maior engajamento da *playlist* #YouTubeNegro, medida de acordo com as métricas de popularidade, presentes no número de *likes*, *dislikes*, visualizações e comentários dos vídeos, foi possível analisar como o público se relaciona com luta antirracista que é realizada por meio da internet.

Acerca da maior existência e notabilidade de criadores de conteúdo negros no YouTube existe, por meio do perfil dos comentaristas classificados como Adoradores, que são maioria considerável dentre as referências, uma maior receptividade quanto à temática abordada, devido ao apreço aos *youtubers* e/ou ao assunto do vídeo, assim como o reconhecimento da importância e da indispensabilidade da manifestação da luta antirracista por meio do conteúdo apresentado e de outros semelhantes dentro da plataforma.

Como apontado por Nátaly no vídeo, o YouTube reproduz parâmetros que já são dados na sociedade e, por tal motivo há a falta da visibilidade de criadores de conteúdo negros no site pela reprodução da desigualdade racial do país. Seguindo a mesma variável, foi observado que os comentários do vídeo também retratam relações e posicionamentos sociais comuns da sociedade brasileira, vistos nas opiniões sobre o feminismo, do branco como dotado da norma - não constituindo uma raça -, etc. Os posicionamentos do público,

categorizados em sua maioria entre Críticos, Opinativos e *Haters*, retratam relações e posicionamentos que se tornam hegemônicos no Brasil.

A receptividade quanto ao debate de pautas do movimento negro no YouTube Brasil tanto no perfil dos Opinativos quanto para os Críticos não demonstra ser alta, na medida em que estes se utilizam de argumentos que negam as desigualdades raciais no Brasil, como o da meritocracia. A leitura dos comentários realizados por comentaristas categorizados como Críticos, *Haters* e Opinativos é um caminho para entender o que está velado quanto às relações raciais no país. É destacada a força do mito da democracia racial e a exaltação à miscigenação pelo público, constatados, sobretudo na negação de desigualdade racial no Brasil por parte dos comentaristas.

O mito da democracia racial ainda permanece no imaginário brasileiro e este pensamento se coloca como um dos maiores obstáculos à provocação de reflexões densas sobre as relações raciais no país. Este não permite que a população, como um todo, entenda a necessidade da maior visibilidade de criadores de conteúdo negros no YouTube Brasil.

Ainda, futuras pesquisas poderiam aprofundar o debate sobre questões raciais em sites de rede social, assim como uma maior análise dos comentários proferidos pelos usuários dessas redes. Espera-se que esta dissertação, de alguma forma, consiga colaborar com o debate da luta antirracista em sites de rede social e da visibilidade de criadores de conteúdo negros, instigando futuros pesquisadores a adentrarem neste ambiente complexo e cheio de possibilidades que são as mídias digitais, em especial, o YouTube.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Silvio Luiz de. O que é racismo estrutural? Belo Horizonte (MG): Letramento, 2018.

AMARAL, Sharyse. História do Negro no Brasil. Brasília: Ministério da Educação. Secretária de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade; Salvador: Centro de Estudos Afro Orientais, 2011.

BERNARDINO, Jorge. Ação afirmativa e a rediscussão do mito da democracia racial. Estudos Afro-Asiáticos. Rio de Janeiro: Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, vol. 24, nº 2, 2002, p. 247-273.

BEM, Arim Soares do. A centralidade dos movimentos sociais na articulação entre o Estado e a sociedade brasileira nos séculos XIX e XX. Educ. Soc., Campinas , v. 27, n. 97, p. 1137-1157, dez. 2006. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-73302006000400004&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302006000400004&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 23 jul. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302006000400004>.

BOURDIEU, Pierre. Escritos de Educação. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_, P. O futuro de classe e causalidade do provável. In: NOGUEIRA. M. A.; CATANI, A. (organizadores). Escritos de Educação. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010. p. 81-126.

BONILLA-SILVA, Eduardo. (1997), “Rethinking racism: toward a structural interpretation”. American Sociological Review, 62 (3): 465-480.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/abstract>>. Acesso em 5 jul. 2018.

BURGESS, J., GREEN, J. Agency and controversy in the YouTube Community. In: Internet Research 9.0: Rethinking Community, Rethinking Place, 2008. Universidade de Copenhagen, Dinamarca.

\_\_\_\_\_, J. The entrepreneurial vlogger: participatory culture beyond the professional-amateur divide. The YouTube Reader. Estocolmo: National Library of Sweden, 2009a.

\_\_\_\_\_, J. YOUTUBE: Online Video and Participatory Culture. Polity Press, 2009b.

\_\_\_\_\_, J. YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009c.

CAMPOS, Luiz Augusto. RACISMO EM TRÊS DIMENSÕES. Uma abordagem realista-crítica. Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (IESP-UERJ), Rio de Janeiro – RJ, Brasil. 2017. DOI: 10.17666/329507/2017.

CARDOSO, Lourenço. O branco “invisível”: um estudo sobre a emergência da branquitude nas pesquisas sobre as relações raciais no Brasil (Período: 1957 – 2007). (Dissertação de mestrado), Faculdade de Economia e Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, 2008.

\_\_\_\_\_, Lourenço. O BRANCO-OBJETO: O MOVIMENTO NEGRO SITUANDO A BRANQUITUDE. Instrumento: R. Est. Pesq. Educ. Juiz de Fora, v. 13, n. 1, jan./jun. 2011.

CASTELLS, M. (2009). Communication Power. New York: Oxford University Press.

CORUJA, Paula. Expressões do(s) feminismo(s): discussões do público com a *youtuber* JoutJout. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2017.

DIJCK, Jose Van. The Culture of connectivity: a critical history of social media. New York: Oxford University Press, 2013.

DOMINGUES, Petrônio. Movimento negro brasileiro: alguns apontamentos históricos. Tempo, Niterói, v. 12, n. 23, p. 100-122, 2007. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413.77042007000200007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413.77042007000200007&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 23 jul. 2018.

FRANKENBERG. Race, sex and Intimacy I: Mapping a discourse. 1999. In: FRANKENBERG, Ruth. White women, race masters: The social construction of whiteness. USA: University of Minnesota. 1999. p. 70-101.

GANNES, Liz. (2006) ‘Jawed Karim: How YouTube Took Off.’ Gigacom. 26 October. Disponível em: <<http://gigaom.com/2006/10/26/jawed-karim-how-youtube-took-off/>>. Acesso em 3 de jul. 2018.

GIBSON, Margaret. YouTube and the bereavement vlogging: emotional exchange between strangers. Journal of Sociology, v.52, issue 4, 2015, p.1-15.

GOMES, 2015. Revista Matria – Fevereiro/2015. Entrevista da ministra da Seppir, Nilma Lino Gomes. Entrevista concedida a Nilma Lino Gomes.

GOOSEN, Annneroo. A vlogger’s discourse: new bodies in an online world. Dissertação (Master or Arts in Cultural Studies). KU Leuven, Leuven, 2015.

GUIMARÃES, Antônio S. A. Classes, raças e democracia, São Paulo, Editora 34, 2002.

\_\_\_\_\_, Antônio S. A. A recepção de fanon no Brasil e a identidade negra. *Novos Estudos – CEBRAP*, São Paulo, n. 81, p. 99-114, jul. 2008. Disponível em <<https://doi.org/10.1590/S0101-33002008000200009>>. Acesso em 03 ago. 2018.

\_\_\_\_\_, Antonio S. A. 1999. Raça e os estudos das relações raciais no Brasil. *Novos Estudos CEBRAP*, n° 54, p.147-156, Julho.

HINE, Christine. *Etnografia Virtual*. Barcelona, España: UOC, 2004.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2013. *Características Étnico-raciais da População: Classificações e identidades*. Rio de Janeiro: IBGE. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2013.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2006).

JUHASZ, Alexandra. Learning the five lessons of YouTube: after trying to teach there, I don't believe the hype. *Cinema journal*, v.48, n.2, Winter, 2009. p.145-150.

LANGE, Patricia. (Mis)conceptions About YouTube. In: LOVINK, Geert, NIEDERER, Sabine (eds). *Institute of Network Cultures*, 2008.

MOLINA, Márcia. A internet e o poder da comunicação na sociedade em rede: influências nas formas de interação social. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*, 2013.

MOURA, Clóvis (1992). *História do Negro Brasileiro*. Editora Ática, São Paulo, 1992.

MUNANGA, Kabengele. *Rediscutindo a Mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra*. Belo Horizonte, Autêntica, 2008.

MURTHY, Dhiraj. 2008. Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42(5), pp. 837-855.

NOGUEIRA, João Carlos. 2004. *Movimento negro: das denúncias do racismo à prática de políticas públicas*. *Política & Sociedade*. DOI: <https://doi.org/10.5007/%25x>.

PINTO, Regina Pahim. *O movimento negro em São Paulo: luta e identidade*, São Paulo, Tese de Doutorado, FFLCH-USP, 1993.

POTTS, Jason, Stuart Cunningham, John Hartley and Paul Ormerod (2008) 'Social Network Markets: A New Definition of the Creative Industries.' *Journal of Cultural Economics*.

SANTOS, Joel Rufino dos. “Movimento negro e crise brasileira”, *Atrás do muro da noite; dinâmica das culturas afro-brasileiras*, Joel Rufino dos Santos e Wilson do Nascimento Barbosa, Brasília, Ministério da Cultura/Fundação Cultural Palmares, 1994.

SCHWARCZ, L. K. M. 2008. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil: 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SKIDMORE, Thomas. *O Brasil visto de fora*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1994.

\_\_\_\_\_. *Preto no branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

TRAPP, Rafael. 2011. *O antirracismo no Brasil e a Conferência de Durban: identidades transnacionais e a constituição da agenda política do Movimento Negro (1978-2010)*. Disponível em: <http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/1123/580>.

TWINE, France Winddance. *Racism in a Racial Democracy: The maintenance of white supremacy in Brazil*. New Jersey: Rutgers University Press, 1997.

WERNECK, Jurema. *Racismo institucional e saúde da população negra*. *Saude soc.*, São Paulo, v. 25, n. 3, p. 535-549, Sept. 2016. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-12902016000300535&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902016000300535&lng=en&nrm=iso)>.

WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. London: Taylor & Francis, 2005.