

A convergência midiática como ferramenta na reconstrução da autoestima da mulher negra

The media convergence as a tool in the reconstruction of black women's self-esteem

Beatriz Almeida¹; Leonardo Bião.²

Resumo

A democratização da mídia possibilitou as mulheres negras serem protagonistas das suas próprias narrativas. Sendo a midiaticização de novas narrativas ainda pouco mensurável, este artigo traz a descolonização do conhecimento, pautada em autores como Hall (2003) e Hooks (2010), nas pesquisas das comunicações, a partir de pesquisa exploratória em cases de sucesso na internet. Provando que a internet é uma poderosa ferramenta de mudança no racismo e um espaço diaspórico para informação e conexão da comunidade negra.

Palavras-chave Mulheres Negras; Representatividade; Convergência Midiática; Identidade; Diáspora.

Abstract

The democratization of the media allowed black women to become protagonists of their own narratives. As it is not measurable yet, this article brings the decolonization of the knowledge in the communication researches from exploratory research in examples of success in the digital construction. Proving that the internet is a powerful tool in the change of racism and a diasporic space of information and connection to the black community.

Keywords

Key words; black women; representativity; media convergence; identity; diáspora

Introdução

¹ Graduanda em Jornalismo. Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE), Salvador, Bahia, Brasil. biabiaa123@gmail.com

² Orientador e Docente do Curso de Jornalismo. Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE), Salvador, Bahia, Brasil. leonardo.biao@unijorge.edu.br

A comunicação era responsável pela produção e manutenção da consciência coletiva antes mesmo das Teorias da Comunicação começar a estudá-la, mas o pertencimento de padrões não hegemônicos nesse centro de poder, engatinha a passos lentos. A partir da democratização proposta pela convergência midiática, representações começam a se fazer mais presentes na internet. O que proporciona a participação de usuários diversos nas narrativas audiovisuais, onde todos podem ser protagonistas de suas próprias histórias. É um processo que amplia os estudos sobre mídia, antes focada apenas no emissor, que tinha o poder de influenciar sem levar em conta as particularidades dos receptores da informação. Além disso, valoriza uma produção democrática e não hegemônica. Nesse processo, a construção identitária das pessoas negras é atravessada pelo racismo, por isso, se faz necessário buscar estratégias para ressignificar esse marco e ampliar o espectro de entendimento sobre as pautas negras que são estruturalmente pouco visibilizadas. É nesse contexto de racismos e apagamentos que a internet se faz presente na emancipação de corpos e mentes pretas.

O Brasil é um país diverso etnicamente, mas a ideia de diversidade enraizada no pensamento coletivo é facilmente questionada a partir do que é mostrado na mídia. Essa ideia entra em contradição devido à falta de figuras negras em posições equivalentes as das figuras brancas. A jornalista Zileide Silva, apesar de mais de vinte anos de trabalho na Rede Globo, ainda é uma repórter que assume a bancada somente quando necessário. É a partir desses “não lugares” (AUGÉ, 2012), que a identidade dos negros se constrói coletiva e individualmente. E o poder da mídia de criar imaginários coletivos, está intimamente ligado ao exercício sistemático da violência simbólica, “que se transmite e se estabelece como campo de produção de imagens sociais através da mídia” (Oliveira: 2009, p.4). Em contrapartida a internet age também como uma ferramenta útil para estabelecer as disputas de narrativas na mídia.

Esse artigo trata sobre a relação entre convergência midiática e a ressignificação de estereótipos raciais na sociedade sobre a mulher negra. Essa nova possibilidade perpassa pela ocupação do espaço digital, troca de vivências e conteúdo entre mulheres pretas de diversos lugares, o que potencializa a militância de algumas e insere outras nesse contexto de ativismo virtual. Essa revolução de representatividades (importante para o início de uma proporcionalidade) só foi possível pela democratização dos espaços virtuais, que foram

gradativamente permitindo a midiaticização de narrativas pessoais e coletivas diferentes das hegemônicas. Diante da falta de representações ou a presença apenas em lugares estereotipados e como figuras negativas, as mulheres negras migraram sua busca por conteúdo personalizado para o Youtube, tirando o foco dos meios tradicionais como a televisão.

Acompanhando o processo de digitalização global, que se insere em todos os contextos, as inquietações pautadas na internet tomam tamanho e forma, adentrando espaços antes inimagináveis para alguns setores sociais, como as produções audiovisuais televisivas. A televisão perde parte do seu poder de influência para a protagonista da terceira diáspora, a internet, onde normalmente é dado o primeiro passo para as novidades e notícias na atualidade. A produção desse artigo é pautada na descolonização do pensamento e conhecimento, sob a metodologia de pesquisa exploratória em vídeos dos canais das youtubers negras Nataly Neri e Maíra Azevedo, como também na construção do II Encontro Nacional de Jovens Negras Feministas, que foi feita via web durante um ano.

No canal Afro e Afins de Nataly, o vídeo explorado foi “Sobre o Corpo”, disponibilizado 5 de julho de 2017, que questiona a forma como as pessoas enxergam e lidam com o próprio corpo, a partir da perspectiva de Nátaly sobre o corpo dela. No canal Tia Má, de Maíra, o vídeo “Testemunha de orixá”, postado no dia 21 de outubro de 2017, onde ela fala sobre a disseminação de ódio em nome de Deus dentro do seu terreiro de Candomblé foi escolhido. A partir do alcance que Nataly Neri tem e a regionalidade de Tia Má, que esses cases foram escolhidos para a pesquisa. Maíra conseguiu estar fora da bolha da militância negra e Nataly conseguiu chegar em garotas ainda muito jovens e explicar questões complexas, porém urgentes.

Aos poucos, a partir da produção de conteúdo e conhecimento, será possível alcançar o objetivo de campos simbólicos, “universo da representação dos símbolos da cultura e da mídia” (Oliveira, 2009, p. 2) que não inferiorizam ou invisibilizam pessoas negras. Mais especificamente, o artigo busca provar a percepção de que a comunicação pode reduzir as discriminações como ferramenta fundamental na criação de outros imaginários. Esse processo se dá pela demanda de um povo-consumidor que não se vê representado nos meios de comunicação e que já vem inserindo mudanças do seu lugar de quilombo diásporo, a internet.

1. Contextualizando imagens e conceitos

Para começar a falar da construção de identidades negras marcadas pela convergência midiática, é necessário primeiro conceituar identidade, representação, a construção de imaginários sociais sobre mulheres negras e abordar a dimensão do poder simbólico que a mídia tem de criar e manusear estereótipos e imaginários coletivos, neste caso sobre mulheres negras.

No estudo sobre Identidade e mediações culturais, Hall (2003), traz o conceito de identidade cultural como o “núcleo imutável e atemporal, ligando ao passado, o futuro e o presente numa linha ininterrupta.” Esse é guarda-chuva que organiza a identidade pessoal e coletiva dos corpos negros em diáspora africana. É algo fixo desde o nascimento, seja pela linhagem dos genes ou referente a construção do interior de alguém (gostos e prioridades). O autor ainda traz que a identidade é resistente a adversidades, como a pobreza, o subdesenvolvimento ou a falta de oportunidade. Porém mesmo com a mudança temporária de residência, a identidade trabalhada por Hall(2003, p. 28) é tão firme que carrega em si a promessa de um retorno redentor as suas origens.

Sendo identidade um conceito, uma ideologia, é importante compreender que na construção da identidade cultural é necessário falar em representações. As mulheres negras lidam com a não presença de seus rostos e corpos na mídia e passaram a usar as plataformas digitais como ferramenta de reparo das representações, fator diferencial na autoestima de um indivíduo negro.

Os sistemas de representação são os sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros. Reconhece que o conhecimento ideológico resulta de práticas específicas — as práticas envolvidas na produção do significado. Uma vez que não há práticas sociais fora do domínio do significado (semiótico) serão todas as práticas simplesmente discursos? (HALL, 2003, p. 179)

O escritor jamaicano HALL (2003) explica mais detalhadamente sobre o conceito de representação, a partir da experiência de onde reside, a Grã-Bretanha. O sistema de representações está ligado a tudo em uma sociedade, porque suas fundações racionais e constitucionais ganham significado e textura de vida através de sistemas de representação cultural. A construção representativa está por trás de todo costume, hábito, código e convenção social, na memória socialmente construída e até nos pequenos rituais do dia-a-dia.

É a junção de toda essa bagagem e das imagens e características nacionais que produz a ideia de Grã-Bretanha, exemplifica Hall (2003, p. 78).

A construção da identidade das mulheres negras perpassa pela possibilidade de ver-se representadas, o que está ligado ao poder que a mídia tem de construir imagens sociais, positivas ou negativas. Podendo também causar apagamento completo de um grupo social.

As pessoas que trabalham na mídia produzem, reproduzem e transformam o próprio campo da representação ideológica. Sua relação com a ideologia difere em geral de outras em que os indivíduos produzem e reproduzem o mundo das mercadorias materiais — que estão também inscritas pela ideologia (HALL, 2003, p. 180)

Oliveira (2009) chama de campo simbólico um universo de representações simbólicas construído a partir de padrões que norteiam a produção de imagens sociais na cultura e na mídia. No Brasil, o contexto em que esse campo simbólico é criado é a realidade de desigualdades sociais e racismo, uma vez que historicamente as pessoas pobres são negras, dada a não inclusão desse grupo na sociedade pós abolição, por tanto o poder de pautar cultura e mídia é controlado por pessoas brancas e ricas. Esse poder dá munição ao epistemicídio estrutural ofertado às pessoas negras, sobretudo as mulheres, a prática que anula suas existências como produtoras de conteúdo, consumidora ou público. Conceito trabalhado por Sueli Carneiro (2003 apud SANTOS, 1997).

Fomos buscá-lo no pensamento de Boaventura Sousa Santos (1997), para quem o epistemicídio se constituiu e se constitui num dos instrumentos mais eficazes e duradouros da dominação étnica/racial, pela negação que empreende da legitimidade das formas de conhecimento, do conhecimento produzido pelos grupos dominados e, conseqüentemente, de seus membros enquanto sujeitos de conhecimento. (CARNEIRO, 2005, p. 96)

Diante de uma sociedade racista, conseqüentemente a mídia será racista e vai representar a negritude de forma exótica e até grotesca, colocando estereótipos muito específicos para uma figura negra. A criação e manutenção de imaginários coletivos de servidão e inferioridade acerca da mulher negra, seja na sexualização do seu corpo ou no trabalho braçal, é o exercício sistemático da violência simbólica pela qual cultura (a hegemônica) e mídia são responsáveis. Segundo Borges (2012), comunicóloga negra, pós-doutoranda em Ciências da Comunicação pela USP.

O quadro comum de referências sobre a mulher negra oscila, então, da figura sexualmente atrativa ou do sujeito talhado para o trabalho (um infame ditado evocado

em conversas informais na cena brasileira dá a dimensão disso: “branca para casar, mulata para fornicar e preta para trabalhar”). As duas categorias, do trabalho subalternizado e do prazer corporal, acompanham irrevogavelmente as imagens midiáticas da mulher negra. Funcionam, como dissemos, como discursos fundadores, ou seja, são discursos que elaboram como referência básica no imaginário constitutivo da mulher negra. (BORGES, 2012, p.198 e 200)

Dada a falta de conhecimento global sobre figuras negras e a dificuldade em dimensionar a imagem coisificada e subjugada da mulher negra, como em *Mídia e Racismo* (BORGES, 2012), esse artigo traz a história de Vênus Hotentote como discurso fundador das concepções hiperssexualizadas e exóticas das mulheres de cor. Uma construção historicamente possível através das opressões que a estrutura midiática sustenta até hoje, alimentada de uma percepção geral da sociedade.

Vênus Hotentote nasceu em 1789, em Eastern Cape, África do Sul e foi chamada de Sarah Baartman por seus patrões. Aos 21 anos foi levada para Londres por um cirurgião, sob a falsa promessa de se tornar uma famosa musicista, mas ela acabou como espetáculo público, principalmente para homens, devido suas formas, proeminentes nádegas (esteatopigia) e grandes lábios hipertrofiados. Após a sucessão de shows, na França, a ciência passa a se interessar pelas formas físicas de Sarah, que é transformada em objeto científico, condição que a mesma vivenciou até depois da morte, em 1815, aos 26 anos. Seus restos mortais se tornaram exposição em um museu de Paris até 1974, mas apenas em 2002 a França concordou com o pedido feito por Nelson Mandela, presidente da África do Sul na época, de levar os restos mortais de Sarah de volta ao país de origem.

A estranheza dos corpos brancos europeus ao corpo negro e de fenótipos africanos de Sarah se materializou na violação e desrespeito completo do ser humano. “O corpo de Sarah servia para confirmar a normalidade e civilidade europeia. Pelos outros deformados, anormais, estranhos, risíveis, o eu confirmava a sua retidão, normalidade, oferecendo um padrão universal de homem” (BORGES, 2012, p. 193).

Essa localização histórica valida a percepção de representações racistas sobre pessoas negras, enraizadas culturalmente. A imersão do negro nos espaços de representação da mídia para além da lógica de narrativas estereotipadas e redutivas, como a figura do escravo, do

malandro (saci Pererê), do corpo sexual (ideal de mulata) ou da mãe preta (tia Anastácia) começou a mudar há poucos anos, com a inserção da internet no jogo midiático.

A partir dessa movimentação, as mulheres negras passam a se articular de forma cuidadosa e organizada para debater suas questões, conseqüentemente publicidade e televisão passam a ver a população negra como mercado consumidor e audiência. A reprodução de estereótipos ainda é forte, porém hoje existem mais recursos para a disputa de narrativas necessárias para mudar as imagens associadas a negritude e aos corpos negros. A essa dinâmica a antropóloga baiana, Guerreiro, atribui o conceito de Terceira Diáspora.

Deslocamento de signos – textos, sons, imagens - provocado pelo circuito de comunicação da diáspora negra. Potencializado pela globalização eletrônica e pela web, coloca em conexão digital os repertórios culturais de cidades atlânticas. (GUERREIRO, 2010, p.21)

A plataforma digital Youtube é uma das principais ferramentas da população negra para pautar as próprias narrativas e ao mesmo tempo se sentir representada. Youtubers negras são pioneiras em debater de algumas demandas negligenciadas pela grande mídia, como o autocuidado e o mapeamento de similaridades nas vidas dessas mulheres. De forma a trazer outra perspectiva empregatícia para o povo preto (diferente da estrutura dos serviços de base, a qual a população negra está estigmatizada a permanecer por diversas privações); a cumprir um papel social de reparação do processo de invisibilidade a partir de uma possibilidade mais expansiva na construção identitária, mostrando questões relacionadas ao negro diferente de sofrimento e racismo.

Os canais Afros e Afins e Tia Má, das produtoras de conteúdo Nataly Neri e Maíra Azevedo, respectivamente, são bons exemplos de narrativas pessoais midiáticas, conceito trabalhado por Escosteguy (2011).

Essas histórias pessoais estão, hoje, espalhadas em distintas mídias – massiva e digital – e são apresentadas mediante distintas estratégias narrativas – diários, autobiografias, memórias, depoimentos, testemunhos. Todas elas são relatos personalizados, onde tanto a “realidade” pode ser narrada diretamente pelos atores sociais envolvidos em sua própria história de vida quanto pode ser narrada por um terceiro que, obrigatoriamente, conta com o testemunho do sujeito da história que é posta em circulação. O que esses relatos têm em comum, a exemplo das histórias orais, é o fato de que ao contar “uma história”, tornam-se um modo de conhecer ou acessar o mundo e, assim, “as narrativas pessoais podem ser consideradas não como um reflexo da vida, mas como uma forma de construí-la (ESCOSTEGUY, 2011, p. 2006).

No processo de empoderamento, as mulheres negras brasileiras começam a se aquilombar, tendo a internet como suporte na articulação e autonomia. O Encontro Nacional de Jovens Negras Feministas, que aconteceu em setembro de 2017 em São Paulo, teve sua construção toda virtual, até o momento da realização. 400 mulheres de todos os estados brasileiros puderam passar 4 dias juntas se curando (das construções sociais) e dialogando sobre as pautas importantes para a emancipação dos seus corpos.

Isso foi possível através de uma rede de ciberativismo e da disposição da comissão organizadora, que mesmo inconscientemente se pautaram no conceito de Jenkins de inteligência coletiva, que diz respeito “a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros” (JENKINS, 2008, p. 54).

2. Convergência e amor

Um dos cases estudados para exemplificar o surgimento da midiatização de narrativas negras pessoais e coletivas, foi o canal da produtora de conteúdo digital Nátaly Neri, que no Youtube aborda temáticas referentes a afetividade, estética, política e entretenimento de forma inclusiva e didática.

Nátaly Neri é uma mulher preta, estudante de Ciências Sociais que reside em São Paulo e produz conteúdo audiovisual na internet com o objetivo de incentivar a autonomia intelectual, estética e financeira da mulher negra. Seu canal, chamado Afro e Afins, existe há 3 anos e é um dos maiores entre as youtubers negras, com 412 mil inscritos. Dentro dos três pilares da autonomia, as produções vão desde a exposição de pontos de vistas políticos (junção de conhecimentos adquiridos e experiências vivenciadas enquanto mulher negra) até vídeos de faça você mesmo, passando pela exposição de parte da sua vida pessoal.

O vídeo “Sobre Corpo”, disponibilizado 5 de julho de 2017 no canal, trata e questiona a forma como as pessoas enxergam e lidam com o próprio corpo, a partir da perspectiva de Nátaly sobre o corpo dela. O vídeo exemplifica bem a midiatização de narrativas negras pautando autoestima e a adesão do mercado nesse processo. O produto é uma narrativa audiovisual, patrocinada pela Natura, bem construída tecnicamente que mostra Nátaly Neri repensando o próprio corpo e chamando o telespectador a fazer o mesmo.

Ela traz o corpo nos aspectos político, de objetificação e exposição da sua socialização para poder implantar o estímulo de enxergar o próprio corpo para além dessas construções externas e mais como o primeiro lar no mundo, um templo de auto-amor. A Natura financiou o vídeo a partir da campanha #Ocupeseucorpo, que junto aos vídeos de outras figuras promove o autoconhecimento da mulher sobre seu corpo, usando determinada linha da marca como ferramenta também.

Segundo Escosteguy (2011), midiaticização são as transformações na mensagem (gênero e formato), e na relação entre emissor e público, a partir da influência de uma mídia específica. E mediação é a dinâmica não linear que faz alterações entre estrutura e agente social. Esses dois conceitos são complementares e indispensáveis na construção de perspectivas que rompem o padrão nas comunicações e se fazem presente no vídeo explorado, já que a emissora (Nátaly) busca influenciar o público a repensar a relação corpo versus mundo a partir da própria experiência de se repensar.

A convergência, nesse caso, é parceira na afirmação política do corpo da mulher negra na mídia. É uma disputa de narrativa com os estereótipos raciais e a partir dessa midiaticização trabalhada também tecnicamente no vídeo, é possível a mediação do que está posto, chamada aqui como disputa de narrativas. O que leva a uma disruptura no sistema de representações inserido na mídia tradicional.

A outra midiaticização analisada foi o canal “Tia Má”, da jornalista e produtora de conteúdo Maíra Azevedo. O canal tem hoje 74 mil inscritos, quase 3 anos de existência e utiliza o formato vídeo minuto para falar de forma leve sobre racismo, dicas de auto amor dentro das relações mal sucedidas, religiosidade e questões outras. Tia Má é também como Maíra ficou conhecida pelo público devido a um dos bordões dela: “tia ama”.

O canal se popularizou pela figura de Maíra, uma mulher preta que nega os limites estéticos e comportamentais da branquitude. Ela dialoga com o público que muitas vezes não consegue acompanhar conteúdos mais densos e academicistas sobre o racismo e formas de emancipação. Os vídeos gravados pela própria youtuber em cenários como seu carro ou até o terreiro de candomblé que frequenta, empodera mulheres que vivem em relações desajustadas, dada a construção bem instrumentada do racismo que as denomina lugares sociais (como a mulata boa de cama e a negra forte que pode lidar com tudo). E com seu mais famoso bordão,

“tira o sapatinho e bota o pé no chão”, Tia Má mostra a essas mulheres outras possibilidades sobre si, que as leva para uma perspectiva diferente da fomentada pela televisão. Pessoas reais, contando suas histórias reais e próximas ao público.

A imagem de Maíra é uma midiatização muito solícita à representatividade (visto que ela já alcançou espaços como a Rede Globo de Televisão) e à terceira diáspora, que tem ela como multiplicadora da corporeidade negra e de aspectos da cultura, pois como mulher de santo (adepta ao candomblé), ela joga esse contexto para o mundo digital, se mostrando vestida com saias e ojá (pano da cabeça). A internet é um sistema democrático para a criação de conteúdo, ela “coloca em conexão digital os repertórios culturais de cidades atlânticas” (GUERREIRO, 2010, p.21).

No vídeo “Testemunha de orixá”, postado no dia 21 de outubro de 2017, Tia Má para o *osé* (obrigação de assentamento) que estava fazendo no terreiro para dar um recado, sobre a disseminação de ódio em nome de Deus: “Eu poderia estar batendo de porta em porta para te dizer que só a palavra de Oxalá salva, ou fazer você crer que só ia achar um amor pelo Ijexá de Oxum, mas não, minha fé não é panfletária e eu não creio que é apenas o Axé que tenha salvação.”

Mulheres como Nataly e Maíra vem fazendo história no contexto de terceira diáspora, a qual dá voz a todo mundo, mas não garante alcance. Ter duas mulheres negras sendo reconhecidas por pautar algo nunca antes pautado em primeira pessoa na comunicação brasileira, a negritude atrelada ao conhecimento, é revolucionário. Esses novos canais começam a instrumentalizar mulheres para perceberem o racismo e o sexismo e lidarem com ele de forma insubmissa.

Os critérios usados para escolher esses dois canais para a pesquisa partem do alcance que Nataly Neri tem e a forma didática de construir o vídeo e vão até a regionalidade que Tia Má expressa, que conseguiu estar fora da bolha da militância negra. Nataly conseguiu chegar em garotas ainda muito jovens e explicar questões complexas porém urgentes e Maíra foi capaz de trazer a realidade comum as mulheres negras da cidade de Salvador, as vivências de candomblecista e os fracassos amorosos, de forma cômica e pessoal, quanto ao sotaque e as gírias.

A partir dos vídeos disponíveis nos canais, os objetos precisavam exemplificar a midiaticização de narrativas pessoais, ou seja, tratar de temáticas pessoais as youtubers, e mostrar a relação que se estabeleceu entre marcas e influenciadores digitais. O vídeo de Nataly “Sobre corpo” é sobre a relação dela com o próprio corpo e foi patrocinado pela Natura. O vídeo de Maíra traz uma vivência muito singular para as mulheres negras de Salvador, o terreiro, de forma descontraída, com uma mensagem que fala muito sobre identidade, representação e postura.

A inteligência coletiva foi um conceito usado pelas mulheres negras que organizaram o II Encontro Nacional de Negras Jovens Feministas (ENNJF), mesmo que inconscientemente. A construção do encontro realizado em São Paulo, de 6 a 10 de setembro de 2017, para reunir negras jovens (até 34 anos) de todo país foi feita virtual e coletivamente, por mulheres de vários estados, que começaram a pensar esse acontecimento um ano antes, com o intuito de criar uma rede nacional. Inteligência coletiva consiste na capacidade de indivíduos intervirem e potencializarem um conteúdo, com habilidades e ideias compartilhadas.

Ninguém sabe tudo. Todo conhecimento reside na humanidade. A inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos saber ou fazer sozinhos, agora podemos fazer coletivamente. (JENKINS, p. 38, 2006)

Essas mulheres, com foco no bem viver das vidas negras e na luta anti-racista, conseguiram unir quase 400 mulheres negras com a internet e a coletividade, o necessário para pensar em inteligência coletiva.

O processo mobilizatório foi se fortalecendo a partir de janeiro de 2017, com reuniões virtuais e em espaços de diálogo com articulações regionais. Foi realizada uma reunião presencial feita em São Paulo que reuniu toda a Comissão Organizadora do Encontro. A mobilização tomou como proposta o processo de mobilização e articulação da Marcha das Mulheres e foi formando núcleos impulsores do encontro nos estados e regiões, o que possibilitou a articulação estratégica das negras jovens. (Trecho da Carta Manifesto do 2º Encontro Nacional de Negras Jovens Feministas, 2017)

A metodologia usada pela organização do ENNJF foi revolucionária e pautada no cuidado, no sentido de levar em conta as demandas de seu público. O local escolhido foi um sítio grande e com muita natureza, as atividades só começavam a partir das 14h e a articulação

entendia os momentos de troca entre as participantes como aprendizado também. Para além do conceito de Jenkins (2006) sobre Inteligência Coletiva, o II ENNJJ é parte do que Hooks (2009) escreve sobre viver de amor e o processo de descolonização da mulher negra, com o exercício de aprender a amar e ser amada como estratégia contra o racismo.

Quando nós, mulheres negras, experimentamos a força transformadora do amor em nossas vidas, assumimos atitudes capazes de alterar completamente as estruturas sociais existentes. Assim, podemos acumular forças para enfrentar o genocídio que mata diariamente tantos homens, mulheres e crianças negras. Quando conhecemos o amor, quando amamos, é possível enxergar o passado com outros olhos; é possível transformar o presente e sonhar o futuro. Essa é o poder do amor. O amor cura. (HOOKS, p. 7 2009).

3. Considerações finais

Os resultados da pesquisa validaram a afirmativa de que o poder simbólico associado a mídia, não está mais somente entre os detentores dos meios de comunicação tradicionais, parte da hegemonia. Internet democratizou o jogo das representações e do que é interessante ser visualizado. Os *youtubers*, digitais *influencers* e usuários de redes sociais como Twitter e Facebook hoje podem pautar suas próprias histórias, sendo representação para outros e se referenciando também nessas redes.

Quase sempre a construção dessas narrativas, trazem o modo negro de fazer e vê as coisas. O motivo disso está no racismo estrutural, pautado no epistemicídio desse povo, que é sistematicamente impedido de conhecer sua história, origem e identidade. Dessa forma, a produção de conteúdo negra foge a lógica individual e desconectada de si. Nataly e Maíra não estão no Youtube puramente para ganhar dinheiro e fama, mas porque entendem a importância de figuras como elas, que alcançaram algum conhecimento identitário, para um público diverso que não necessariamente consegue fazer uma leitura racializada das experiências que acontecem na vida de um indivíduo negro na sociedade. Bloqueio criado pelos braços do racismo estrutural institucionalizado

Um dos fatores que difere a produção negra, sobre negritude, de outras temáticas, é a percepção de si como objeto também. O corpo negro é uma episteme complexa e pouco

explorada na sociedade contemporânea ocidental, fator que transforma a experiência de ser negra um resistir diário tanto ao mundo como a falta de conhecimento sobre si.

Por esse motivo a produção de conteúdo negra é quase sempre pessoal e coletiva, ao diferente da visão de mundo europeia, onde os seres humanos se tornam indivíduos distintos e a única forma de conhecer sobre algo é se separando, tirando a conectividade e criando um objeto (de estudo). Nessa perspectiva, a Doutora em antropologia pela New School University (NY), Ani (2017, 1:26-3:36), mostra a diferença da visão de mundo africana, que parte da perspectiva do ser como um todo, que pensa, sente e se conecta. Essa visão de mundo nega a construção europeia de objeto (a coisa que sobra quando destaca o Eu do Universo), onde a racionalidade se sobrepõe a pessoalidade. Ani(2017) ainda traz que só é possível estudar e aprender sobre algo com a experiência do envolvimento.

Referências

- ANI, Marimba no OSH1 Autoimagem. **A visão de Mundo Africana**. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zEpavqcubyo&t=7s>. Acessado em 25/11/2017.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- CARNEIRO, Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. 2005. Disponível em: <https://negrasoulblog.files.wordpress.com/2016/04/a-construc3a7c3a3o-do-outro-como-nc3a3o-ser-como-fundamento-do-ser-sueli-carneiro-tese1.pdf>. Acessado em: 25/06/2018.
- BORGES, Rosane. **Mídia e Racismo**. 2012. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/161535645/Midia-e-Racismo>. Acessado em 25/11/2017.
- ESCOTEGUY, Ana Carolina. **Narrativas pessoais midiaticizadas: uma proposta para o estudo de práticas orientadas pela mídia**. 2011. Disponível em: <https://goo.gl/UwgxGr>. Acessado em 25/11/2017.
- GOLI, Guerreiro. **Terceira Diáspora: culturas negras no mundo atlântico**. São Paulo: Corrupio, 2010.
- HOOKS, Bell. **Vivendo de amor**. 2009. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/vivendo-de-amor/>. Acessado em 25/11/2017.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph. 2009.
- OLIVEIRA, Fernando. **A mídia, o campo, a ordem e o discurso: molduras do poder simbólico**. 2009. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19459.pdf>. Acessado em 25/11/2017

ODARA, Instituto. **Carta Manifesto do II Encontro Nacional de Negras Jovens Feministas**. 2017. Disponível em: <http://institutoodara.org.br/carta-manifesto-do-2-encontro-nacional-de-negras-jovens-feministas>. Acessado em 25/11/2017.