



## XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste

UFES - Vitória-ES  
De 03 a 05 de Junho de 2019.



### EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00178
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Estadual de Campinas
<b>CAMPUS</b>	Campinas
<b>CIDADE</b>	Campinas
<b>UF</b>	SP
<b>CATEGORIA</b>	CA
<b>MODALIDADE</b>	CA02
<b>TÍTULO</b>	Fios da Resistência
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Larah Camargo Barbosa
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Comunicação Social - Midialogia
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Rafael Silva Barreto (Universidade Estadual de Campinas)

### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

"Fios da Resistência" é um curta-metragem documental sobre a formação de novas redes de apoio da negritude na internet: como grupos do Facebook, canais do Youtube e influenciadores se tornaram uma ferramenta fundamental no processo de ressignificação identitária e estética de pessoas negras. O projeto surgiu como TCC do curso de Comunicação Social - Midialogia na UNICAMP, partindo do debate sobre a representação da estética negra nas grandes mídias (em especial, a televisão) e nas mídias digitais ascendentes (como Facebook, Instagram e Youtube). Com a popularização das redes sociais, cresceu o número de produtores independentes de conteúdo na internet que vão na contramão das mídias hegemônicas. Isso possibilitou a abordagem de novas pautas e perspectivas e facilitou o acesso a elas, visto que, atualmente, 70% da população brasileira tem acesso a internet (segundo pesquisa do IBGE) - e 95% da população online brasileira acessa o Youtube (segundo relatórios da própria empresa). Dentre esses produtores de conteúdo, surgiu um nicho de homens e mulheres que tratam da questão da estética negra - assunto antes ignorado pelas grandes mídias - em uma abordagem prática e política. O conteúdo produzido e compartilhado nessas mídias é, até certo ponto, independente: grupos no Facebook, perfis no Instagram, blogs e canais do Youtube permitem que o público produza e consuma conteúdos a partir de sua demanda. A produção de novos discursos e narrativas alternativas aos grandes veículos de comunicação, estabelecem novas interações, novos discursos e novos espaços de debates - indo além das representações restritas da grande mídia, marcada pela ausência da pessoas negras e de conteúdos estéticos voltados para essa população. Dessa forma, buscamos aprofundar no documentário especificamente a questão do simbolismo do cabelo crespo - uma das principais marcas que imprime a negritude nos corpos. Como é representado esse cabelo em programas de televisão de beleza e makeover? Qual é o papel de youtubers e redes de apoio virtuais na ressignificação desse cabelo? E o que esse assunto tem a ver com o debate sobre racismo institucional? O objetivo do filme é responder essas perguntas, tratando da estética negra a partir de um panorama das mídias.

### DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

A iniciativa desse projeto partiu da nossa experiência enquanto realizadores negros e estudantes de comunicação em observar o fenômeno de ascensão das redes sociais e seu potencial de difusão de conhecimento - em particular, o crescimento de redes de apoio da negritude na internet e sua importância no processo de empoderamento político e estético da população negra. A partir dessa observação, partimos para bibliografia de autores consagrados como Bell Hooks e Nilma Lino Gomes. Em seu texto "Alisando o nosso cabelo", Hooks retrata uma situação de sua infância em que mãe, filhas, tias, avós e primas se reúnem para alisar os cabelos uma das outras - um ritual de intimidade da cultura de mulheres negras. Com o tempo, o alisamento tornou-se um símbolo de um processo de embranquecimento e adequação estética da negritude. Passar pela transição capilar - deixar de alisar os cabelos e retornar ao cabelo natural - é, então, um ato político que representa o desprendimento das articulações históricas da branquitude. Quando o indivíduo assume seu cabelo, assume, conseqüentemente, sua condição de negro perante a sociedade, aceitando e resistindo a partir de seu corpo. Este processo é o que Nilma Lino Gomes entende como revalorização - a ressignificação identitária de pessoas negras e a restauração de sua autoestima. Segundo pesquisa do Google BrandLab, 1 em cada 3 mulheres negras diz já ter sofrido preconceito por conta de seu cabelo, e 4 em cada 10 já sentiram vergonha por ter cabelo cacheado. No entanto, surge na internet um movimento contrário a esse processo de embranquecimento e racismo: entre 2015 e 2017, a busca pela palavra "transição capilar" cresceu 55% nos últimos anos. 3 em cada 5 cacheadas usam o Youtube para cuidar de seus cabelos, e 50% das buscas na plataforma são relacionadas a cabelo. Partindo desses dados e da bibliografia de teóricas negras, partimos para elaboração do roteiro do documentário, a partir de um recorte da representação do cabelo crespo nas mídias hegemônicas e nas mídias alternativas - esse novo espaço de acolhimento, troca de conhecimentos e de crescimento para negritude. E para exemplificar essa representação, recorreremos ao recurso do material de arquivo dessas próprias mídias. Para tanto, fizemos um levantamento de

programas de televisão de makeover e de situações de racismo na televisão e na internet. Em contraponto, reunimos também o conteúdo dos principais youtubers negros do Brasil através de pesquisas realizadas na própria plataforma.

#### **DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

Após a parte de pesquisa bibliográfica e estudos de dados, fizemos uma listagem de produtores de conteúdo digital negros que tratassem de questões estéticas, com destaque principal no Youtube - por se tratar da plataforma que mais reúne influenciadores e conteúdos nichados, em formato de vídeo. A partir desse levantamento, chegamos aos quatro entrevistados do documentário: Patrícia Avelino, a primeira entrevistada, foi uma das primeiras youtubers negras do Brasil, e a primeira a tratar da questão da estética. Ela estreou seu canal em 2010, além de ser maquiadora profissional especializada em peles negras. Entrevistamos também a youtuber Nathalia Braga, que além de manter seu canal, é uma estudante de comunicação e, por conta disso, tem uma visão tanto de produtora de conteúdo quanto de pesquisadora. Joely Nunes, o terceiro entrevistado, é militante negro, nordestino e LGBT. Ele compartilha suas vivências e reflexões em seu canal no Youtube - muitas delas referentes às interseções das lutas sociais, aprofundando temas e debates sobre o racismo e autoestima de pessoas negras. A última entrevista foi Neomisia Silvestre, jornalista e idealizadora da Marcha do Orgulho Crespo - movimento que busca a valorização da estética afro-brasileira e o resgate da identidade de pessoas negras através dos cabelos crespos. As fontes tinham diferentes perspectivas sobre a questão da identidade negra e da ascensão das mídias digitais. Procuramos diversificar as perguntas para cada entrevistado, formulando-as a partir do nosso estudo sobre o tema e sobre o trabalho de cada um deles. Ao longo desse processo, também reunimos materiais de arquivo da televisão (representando as mídias tradicionais) e da internet (representante das novas mídias). Partimos da pesquisa já realizada sobre o tema e selecionamos diferentes trechos que representassem o contraste entre a representação da estética negra nas duas mídias, mostrando o processo de mudança de mindset através das mídias. Na fase de pós-produção, reunimos o material das entrevistas e da internet e buscamos construir o documentário tendo como referência estética a própria interface da internet, através de cortes que remetem ao acesso de hiperlinks - como se o espectador estivesse acessando um site. Além disso, utilizamos fotos e prints de redes sociais que também trouxessem à tona essa estética da internet.