

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**RAFAEL RODRIGUES FONSECA DE ARAÚJO**

**ENTRE A CORDIALIDADE E A VIOLÊNCIA:  
UMA ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DO VÍDEO  
"CAIÃO QUER CONVERSAR"**

Recife  
2020

**RAFAEL RODRIGUES FONSECA DE ARAÚJO**

**ENTRE A CORDIALIDADE E A VIOLÊNCIA:  
UMA ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DO VÍDEO  
"CAIÃO QUER CONVERSAR"**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Comunicação.

**Área de Concentração:** Comunicação.

**Orientadora:** Profa. Dra. Carolina Dantas de Figueiredo

Recife

2020

A663e Araújo, Rafael Rodrigues Fonseca de  
Entre a cordialidade e a violência: uma análise dos comentários do  
vídeo “Caião quer conversar” / Rafael Rodrigues Fonseca de Araújo. –  
Recife, 2020.  
103f.: il.

Orientadora: Carolina Dantas de Figueiredo.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro  
de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação,  
2020.

Inclui referências e apêndice.

1. Racismo Cordial. 2. *YouTube*. 3. Jout Jout. 4. Racismo Estrutural.  
5. *Youtuber*. I. Figueiredo, Carolina Dantas de (Orientadora). II. Título.

302.23 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2020-138)

**RAFAEL RODRIGUES FONSECA DE ARAÚJO**

**ENTRE A CORDIALIDADE E A VIOLÊNCIA:  
UMA ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DO VÍDEO  
"CAIÃO QUER CONVERSAR"**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: 28/02/2020.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professora Doutora Carolina Dantas de Figueiredo (Orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Professor Doutor Rodrigo Espírito Santo da Cunha (Examinador Interno)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Professor Doutor Alexandro Silva de Jesus (Examinador Externo)  
Universidade Federal de Pernambuco

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Carolina Dantas, por toda compreensão e paciência durante esse processo. Obrigado pela praticidade, disponibilidade e soluções que foram de grande valia e deram rumo a este trabalho.

Muito obrigado aos professores Rodrigo Cunha e Alexandro de Jesus, que aceitaram participar da banca e trouxeram considerações valiosas, contribuindo significativamente para o amadurecimento da pesquisa.

Aos funcionários e professores do PPGCOM, que foram fundamentais e me auxiliaram de forma prestativa durante toda essa jornada.

Agradeço também ao Pro<sup>o</sup> Tarcízio Silva, pela generosidade de compartilhar dicas e instruções para aprimorar a pesquisa através do *AntConc*.

Aos amigos professores André Antônio, pela disponibilidade imediata nos meus momentos de insegurança, Aristeu Portela, pelas preciosas referências e indicações para composição da banca, e Maria Helena Lenzi, pelas trocas de áudios e encorajamento do pré-projeto até a etapa final.

Agradeço à minha família pelo apoio, em especial a minha irmã, Milane, que fez a ponte entre mim e Caio. Aos meus amigos, pelo respiro e sorrisos que tornam a caminhada mais leve, principalmente à Maria Wanick, por impor cafés despretensiosos, e à Renata Cherém, por me incentivar de maneira assertiva e acreditar que posso trabalhar até na NASA se eu quiser.

Sou grato também à minha terapeuta, Andréa Graupen, que me mostrou o valor de realizar os meus desejos, mas principalmente de encará-los do início ao fim.

Muito obrigado também a Luana Andrade que, em uma conversa aparentemente banal, contou-me que conhecia uma professora do PPGCOM que estudava "redes sociais" e me fez mandar um *e-mail* para a prof<sup>a</sup> Carolina Dantas, o que viria a ser o primeiro passo desta pesquisa.

A Caio Franco, por se mostrar disponível e interessado em contribuir com a pesquisa desde o primeiro contato.

Meu maior obrigado a Tiago Cargnin, por revisar com cuidado cada vírgula e cada norma da ABNT presente neste trabalho. Mas, acima de tudo, por estar comigo em todos os momentos dessa jornada, me apoiando e, principalmente, me inspirando.

## RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo analisar o discurso de comentários no YouTube, especificamente no vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR", em que Caio Franco, ex-namorado da *youtuber* Jout Jout, levanta questionamentos acerca da identidade de raça após ter sido considerado negro por parte dos seguidores do canal. Buscamos identificar uma possível insistência do racismo cordial nos comentários do vídeo e tratar este conceito sob um olhar contemporâneo, entendendo-o como uma prática de violência. O conceito surgiu em 1995 quando o jornal Folha de São Paulo encomendou ao Instituto Datafolha uma pesquisa que objetivava quantificar o racismo no Brasil. O levantamento revelou que, apesar de 89% das pessoas entrevistadas dizerem existir preconceito de cor contra pessoas negras no Brasil, apenas 10% admitiram ter pouco ou muito preconceito. A reportagem intitulada "Racismo Cordial — A maior e mais completa pesquisa sobre o preconceito de cor entre os brasileiros" apoia-se no conceito de homem cordial, trazido por Sérgio Buarque de Holanda em sua obra *Raízes do Brasil*. Para cumprir o objetivo desta dissertação, analisamos então 1.304 comentários considerados de maior relevância pelo YouTube, postados em resposta ao vídeo supracitado, através de uma pesquisa quanti-qualitativa articulada às metodologias de nuvem de palavras através do software *Word Art* e de análise textual sob a perspectiva do software *AntConc*. Como resultado apresentamos os termos mais utilizados e suas implicações nos processos discursivos relativos ao vídeo.

**Palavras-chave:** Racismo Cordial. YouTube. Jout Jout. Racismo Estrutural. *Youtuber*.

## ABSTRACT

This dissertation analyse the discourse present in comments on YouTube, specifically in the video “CAIÃO QUER CONVERSAR”, in which Caio Franco, ex-boyfriend of the Brazilian youtuber Jout Jout, points out questions about race identity after being considered black by the channel followers. The research evaluates a possible insistence of the cordial racism in comments of the video and notes this concept from a contemporary point of view, understanding it as a practice of violence. The concept emerged in 1995, when the *Folha de São Paulo* newspaper commissioned the Datafolha Institute to conduct a survey to quantifying racism in Brazil. The survey revealed that, although 89% of the people interviewed say there is racial prejudice against black people in Brazil, only 10% admit to having little or a lot of prejudice. A report entitled “Cordial Racism – A larger and more complete research on color prejudice among Brazilians”; is based on the concept of cordial man, brought by Sérgio Buarque de Holanda in his work *Raízes do Brasil*. To get the aim of this work, we analysed 1,304 comments, posted as response to the above-mentioned video, which are considered the most relevant for YouTube. Using a quantitative-qualitative research articulated to the word cloud methodologies of Word Art software and textual analysis under the AntConc software perspective. As a result, we present the most used terms and their implications for discursive processes related to the video.

**Keywords:** Cordial Racism. YouTube. Jout Jout. Structural Racism. Youtuber.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 – Layout do YouTube em 2015 .....  | 42 |
| Figura 2 – Frame do primeiro vídeo de Jout Jout: "EXPRESSÃO MÁXIMA DO DESCONFORTO" .....                          | 52 |
| Figura 3 – Printscreen do canal Jout Jout Prazer.....   | 53 |
| Figura 4 – Frame do vídeo "NÃO TIRA O BATOM VERMELHO" .....   | 54 |
| Figura 5 – Frame do vídeo "JOUTJOUTBA RESPONDE" em que Júlia faz um desenho de Caio a pedido de um seguidor ..... | 58 |
| Figura 6 – Um dos 100 desenhos de Caio enviados pelos seguidores.....   | 58 |
| Figura 7 – Frame do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" .....  | 60 |
| Quadro 1 – Categorias dos comentários .....   | 64 |
| Gráfico 1 – Quantidade de comentários por categoria .....   | 66 |
| Gráfico 2 – Percentual de priorização da temática nos comentários .....   | 66 |
| Quadro 2 – Frequência das palavras na categoria "Relatos" .....   | 70 |
| Quadro 3 – Frequência das palavras na categoria "Validam ou elogiam a discussão" .....                            | 73 |
| Quadro 4 – Frequência das palavras na categoria "Negam a importância da discussão" .....                          | 76 |
| Quadro 5 – Frequência das palavras na categoria "Definem a cor de Caio" .....                                     | 78 |
| Quadro 6 – Frequência das palavras na categoria "Abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout" ..... | 81 |
| Quadro 7 – Frequência das palavras na categoria "Descrevem como imaginavam Caio" .....                            | 84 |
| Quadro 8 – Frequência das palavras na categoria "Referem-se à aparição de Caio" .....                             | 86 |
| Figura 8 – Frame do vídeo "#YouTubeBlackBrasil   EU SOU Caio Franco" .....  | 92 |



## SUMÁRIO

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>9</b>   |
| <b>2</b> | <b>A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA E O RACISMO CORDIAL.....</b>                  | <b>15</b>  |
| 2.1      | CORDIALIDADE E DISCRIMINAÇÃO COMO ALICERCE DA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA..... | 15         |
| 2.2      | NOVAS FORMAS DE RACISMO E A MANUTENÇÃO DE VELHAS ESTRUTURAS HIERÁRQUICAS.....          | 22         |
| 2.3      | TEORIAS RACIAIS E O RACISMO CORDIAL COMO COMBATE AO "MAL" DA MISCIGENAÇÃO.....         | 25         |
| 2.4      | O PARDO, O COLORISMO E A REVERSÃO DA OPRESSÃO.....                                     | 29         |
| <b>3</b> | <b>REDES SOCIAIS: INTERAÇÃO E CULTURA PARTICIPATIVA.....</b>                           | <b>35</b>  |
| 3.1      | A COMUNICAÇÃO NO CIBERESPAÇO.....  | 36         |
| 3.2      | A REVOLUÇÃO YOUTUBE.....   | 40         |
| 3.3      | VLOGS E YOUTUBERS: A COMUNICAÇÃO EM PRIMEIRA PESSOA.....                               | 49         |
| 3.4      | JOUT JOUT PRAZER.....  | 51         |
| 3.5      | CAIÃO QUER CONVERSAR: QUESTIONAMENTOS SOBRE IDENTIDADE DE RAÇA NO BRASIL.....          | 56         |
| <b>4</b> | <b>METODOLOGIA E ANÁLISE.....</b>  | <b>62</b>  |
| 4.1      | NUVEM “RELATOS”.....   | 68         |
| 4.2      | NUVEM “COMENTÁRIOS QUE VALIDAM OU ELOGIAM A DISCUSSÃO”.....                            | 71         |
| 4.3      | NUVEM “COMENTÁRIOS QUE NEGAM A IMPORTÂNCIA DA DISCUSSÃO”.....                          | 74         |
| 4.4      | NUVEM “COMENTÁRIOS QUE DEFINEM A COR DE CAIO”.....                                     | 77         |
| 4.5      | NUVEM “COMENTÁRIOS SOBRE A APARÊNCIA OU PERSONALIDADE DE CAIO OU JOUT JOUT”.....       | 79         |
| 4.6      | NUVEM “COMENTÁRIOS QUE DESCREVEM COMO IMAGINAVAM CAIO”.....                            | 82         |
| 4.7      | NUVEM “COMENTÁRIOS QUE SE REFEREM À APARIÇÃO DE CAIO”... ..                            | 85         |
|          | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>88</b>  |
|          | <b>REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>95</b>  |
|          | <b>APÊNDICE A - ENTREVISTA COM CAIO FRANCO.....</b>                                    | <b>100</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O ano de 1995 marcou os 300 anos da morte de Zumbi, importante liderança de Palmares, uma das maiores confederações de quilombos do Brasil, ativa entre os anos de 1630 e 1694. A data levou o Estado Brasileiro e inúmeras organizações ativistas a preparar homenagens à memória de Zumbi, suscitando o papel da população negra no Brasil e trazendo à luz questões raciais que permeavam a época.

Em 25 de julho de 1995 o jornal Folha de São Paulo publicou um suplemento de 16 páginas em tamanho *standard* com a reportagem intitulada "Racismo Cordial — a maior e mais completa pesquisa sobre preconceito de cor entre os brasileiros". O caderno especial trazia os resultados de uma pesquisa realizada em parceria com o Instituto de Pesquisas Datafolha, entre os dias 4, 5 e 6 de abril de 1995. No total, foram mobilizadas cerca de 700 pessoas entre pesquisadores, supervisores de campo, coordenadores regionais e profissionais que desenvolveram análises e processamento de dados para entrevistar e analisar as respostas de mais de cinco mil pessoas em todas as regiões do Brasil (TURRA; VENTURI, 1995).

O objetivo da pesquisa era de "quantificar a extensão do preconceito racial no país, um fenômeno por um lado evidente, constatável no dia a dia dos brasileiros, e por outro jamais mensurado" (TURRA; VENTURI, 1995, p. 83). Segundo os autores, três números básicos são capazes de sintetizar o trabalho:

1) apesar de 89% dos brasileiros dizerem haver preconceito de cor contra negros no Brasil, 2) só 10% admitem ter um pouco ou muito preconceito, mas 3) de forma indireta, 87% revelam algum preconceito, ao pronunciar ou concordar com enunciados preconceituosos, ou ao admitir comportamentos de conteúdo racista em relação a negros (TURRA; VENTURI, 1995, p. 11).

Os números são explícitos. A maior parte dos brasileiros entrevistados reconheceu que havia preconceito contra a população negra, mas negou ser preconceituosa, apesar da significativa maioria dos entrevistados demonstrar preconceito durante a pesquisa. Entendemos, portanto, que apesar de haver uma consciência de que o preconceito racial é algo malvisto, isso não faz com que as pessoas não sejam preconceituosas, mas que tenham vergonha de ser.

Antes de relacionar o conceito de racismo cordial ao nosso *corpus*, considero pertinente registrar que o projeto de pesquisa pelo qual fui aprovado no Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFPE não trazia a temática racial como objeto

de pesquisa. O trabalho aceito propunha uma análise do vídeo "NÃO TIRA O BATOM VERMELHO"<sup>1</sup>, publicado no YouTube pela jornalista Júlia Tolezano, que possui um canal intitulado "Jout Jout Prazer"<sup>2</sup>. O vídeo, que é um dos mais assistidos do canal, traz a *youtuber* elencando possíveis situações vividas entre um casal heteronormativo que, segundo a sua percepção, caracterizariam um relacionamento abusivo.

Embora o discurso de Júlia e a repercussão do vídeo sejam significativamente relevantes quando observados sob a perspectiva feminista, durante a pesquisa o vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR", do mesmo canal, sobressaltou aos nossos olhos, mudando consideravelmente o rumo da nossa pesquisa.

No vídeo, Caio Franco, ex-namorado de Júlia, que até então participava dos vídeos por trás da câmera, aparece pela primeira vez com o intuito de discutir questões relacionadas à identidade racial. Sua motivação para tanto se dá a partir do momento em que fotos suas são compartilhadas sem sua autorização na internet e os seguidores do canal, que até o momento só conheciam sua voz, demonstram surpresa em relação a cor de sua pele através de comentários explicitamente racistas. Os comentários são organizados e criticados por Ricardo Laranja no texto "O namorado negro da Jout Jout e o racismo nosso de cada dia"<sup>3</sup>.

Dois aspectos em especial nos chamaram a atenção no vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR"<sup>4</sup>. O primeiro diz respeito aos próprios questionamentos trazidos por Caio, que, até então, como afirmou no vídeo, considerava-se pardo e, pela primeira vez, viu-se como negro, não através de um autorreconhecimento mas porque foi classificado dessa forma por outras pessoas. Tendo em vista que a nossa pesquisa buscava identificar e trabalhar controvérsias e dissidências nas redes sociais, o segundo aspecto que nos chamou a atenção foi a ausência de comentários do vídeo que traziam o racismo de maneira flagrante.

Se houve comentários desse teor no momento do compartilhamento das fotos na internet, por que, diante da imagem de Caio no vídeo, não havia comentários explicitamente racistas? Ao contrário, os comentários do vídeo em sua maioria

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=l-3ocjJTPHg&t=110s>>. Acesso em: 23 out.

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCbE7YGLZ-VY0oCglsCSJ5Sg>>. Acesso em: 23 out. 2019.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://medium.com/nada-errado/o-namorado-negro-da-jout-jout-e-o-racismo-nosso-de-cada-dia-9e1d95d66ade#.k01zsi3w0>>. Acesso em: 23 out. 2019.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YU20Zn5nIGQ&t=83s>>. Acesso em: 23 out. 2019.

revelam, num primeiro olhar, um apoio expressivo dos seguidores do canal a Caio. Através de elogios, seja à sua aparência ou à sua inteligência, a questão racial trazida por ele parece perder a importância diante de tantas palavras elogiosas.

Foi a partir dessas percepções que o problema desta pesquisa tomou forma. Os comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" são racistas? De que forma esse racismo se expressa? Que tipo de racismo é esse que persiste ainda que a pessoa negra esteja recebendo elogios?

A pesquisa do jornal Folha de São Paulo e do Instituto de Pesquisas Datafolha se mostra pertinente para este trabalho ao apontar o racismo cordial como um racismo tipicamente brasileiro. Sendo assim, buscamos identificar através de uma análise quanti-qualitativa, apoiados na metodologia das nuvens de palavras, através do software *Word Art*<sup>5</sup>, e da análise de textos e linguística de *corpus* com auxílio do *software* AntConc, a possível insistência desse racismo nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Para tanto, analisamos um total de 1.304 comentários e os categorizamos em sete grupos definidos pela temática predominante em cada um. Por se tratar de uma análise lexical, as sete categorias foram observadas através de nuvens de palavras. A partir desta metodologia entendemos ser possível ampliar a compreensão do *corpus*, transmitindo informações contextuais através de variações na forma como os dados são expostos, propiciando a visualização de dimensões adicionais da informação, tornando, assim, o conteúdo explícito (LUNARDI; CASTRO; MONAT, 2008). Por sua vez, a utilização do software AntConc, além das nuvens de palavras, visa tornar a análise mais consistente a partir da otimização das técnicas de exploração de dados, como a contagem de frequência de palavras, colocações, concordâncias, *n-grams* e comparação entre as categorias criadas (SILVA, 2019). Realizamos ainda, uma entrevista com Caio Franco a fim de compreender as motivações e os desdobramentos do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Por considerarmos fundamental a contextualização das questões de identidade de raça no Brasil e das formas como o racismo se apresenta na contemporaneidade, o primeiro capítulo se debruça sobre a construção da identidade do povo brasileiro. Partimos da obra *Raízes do Brasil*, do historiador Sérgio Buarque de Holanda, considerada um dos mais emblemáticos estudos

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://wordart.com/>>.

sociais do Brasil e de onde surge o conceito do homem cordial, que mais adiante servirá como base para a interpretação do racismo cordial. Ainda neste capítulo, trataremos das controversas ideias sobre a miscigenação brasileira e de teoria raciais, como a apresentada em 1911 por João Batista Lacerda. O autor supunha que, em um período de cem anos, apesar da miscigenação, o Brasil passaria a ser um país de população majoritariamente branca (SCHWARCZ, 1993). Abordaremos também, apoiados nos estudos de Lima e Vala (2004), expressões do racismo contemporâneo ou, como os autores definem, os novos racismos, sendo as formas de racismo simbólico, aversivo e ambivalente percebidas nos EUA, o racismo moderno na Austrália e nos EUA, o racismo sutil na Europa e, por fim, o racismo cordial no Brasil. Destrincharemos o conceito de racismo cordial e a pesquisa da Folha de São Paulo a fim de compreender suas bases e seus desdobramentos.

No segundo capítulo, apresentaremos o nosso objeto de pesquisa a partir de um breve referencial bibliográfico que trata o ciberespaço como ambiente indissociável da comunicação e apresenta o YouTube como uma plataforma revolucionária para a autocomunicação de massa (CASTELLS, 2009) e integrante do conceito de cultura participativa (SHIRKY, 2010). Em seguida, com o objetivo de contextualizar os cenários, discursos e personagens de onde parte o nosso *corpus*, introduziremos a *youtuber* Jout Jout e seu ex-namorado, Caio Franco, protagonista do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Partindo do pressuposto de que a pesquisa publicada pelo jornal Folha de São Paulo completa 25 anos em 2020, entendemos que a publicação retrata a postura ético-política daquela época, por isso, no terceiro capítulo buscamos olhar para o racismo cordial de maneira contemporânea. Ademais, trataremos considerações acerca das metodologias escolhidas, além de destrincharmos o nosso *corpus*, que se apresenta em sete categorias de comentários: a) relatos que trazem depoimentos, a maioria em primeira pessoa, acerca da questão racial levantada por Caio no vídeo; b) comentários que validam ou elogiam o debate; c) comentários que negam a importância da discussão; d) comentários que definem a cor de Caio; e) comentários que abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout; f) comentários de usuários que descrevem a maneira como imaginavam Caio até que ele aparecesse; e g) comentários que se referem à aparição de Caio.

Para este trabalho, tomamos como base duas teses de Almeida (2019); a primeira é de que a sociedade contemporânea não pode ser compreendida sem os

conceitos de raça e racismo. Isto porque, para o autor, a filosofia, a ciência política, o direito, a economia e, na nossa visão, a comunicação mantêm, ainda que de modo velado, um constante diálogo com o conceito de raça. A segunda tese se faz ainda mais relevante ao entender que o racismo é sempre estrutural e estruturante. Ou seja, é um elemento que integra a organização política e econômica da sociedade, podendo ser enxergada como uma manifestação normal, e não um "fenômeno patológico ou que expressa algum tipo de anormalidade" (ALMEIDA, 2019, p. 19).

O conceito de dispositivo proposto por Agamben (2005) também se faz pertinente para a nossa pesquisa. Segundo o autor, o termo técnico, entendido como decisivo na estratégia do pensamento de Michael Foucault, ocupa o lugar dos Universais: não uma medida de segurança ou uma tecnologia de poder, mas a rede que se estabelece entre eles. Em outras palavras, no uso foucaultiano o termo se refere à uma série de práticas e de mecanismos (linguísticos e não linguísticos, técnicos e militares) com o intuito de provocar uma urgência e obter um efeito.

[...] chamarei de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o panóptico, as escolas, as confissões, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas, etc, cuja conexão com o poder é em um certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e - porque não - a linguagem mesma, que é talvez o mais antigo dos dispositivos (AGAMBEN, 2005, p. 05).

Ainda segundo Agamben (2005), todo dispositivo implica um processo de subjetivação, sem o qual não funcionaria como dispositivo de governo, se reduzindo a um mero exercício de violência. Enxergamos, portanto, o racismo cordial como um dispositivo não só integrante da sociedade, mas que atravessa este próprio trabalho. Reconhecemos ainda, a limitação de alguns termos utilizados nesta pesquisa, sobretudo o termo "cordialidade", que por vezes se mostra insuficiente para a compreensão da complexidade dos fenômenos sócio-comunicacionais que serão aqui abordados. Isto posto, torna-se pertinente explicitar que entendemos o racismo sempre, em qualquer forma de expressão ou configuração, como um ato de violência.

Cabe ainda tornar evidente e reforçar a minha postura enquanto pesquisador pertencente à raça branca, que entende o racismo como um problema meu e da sociedade como um todo, e não só da população negra. Dessa forma, considero

fundamental ressaltar que este trabalho não pretende atribuir-se de uma neutralidade epistêmica, mas, ao contrário, busca assumir um lugar de fala anti-racista.

## 2 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA E O RACISMO CORDIAL

Partindo do conceito de homem cordial proposto por Sérgio Buarque de Holanda em sua obra *Raízes do Brasil*, buscamos, neste capítulo, traçar um panorama histórico da formação da ideia de raça entre os séculos XVI e XIX; tratamos dos conceitos e distinções entre preconceito, racismo e discriminação, com o objetivo de compreender suas nuances e entender a construção da identidade brasileira, tendo como destaque a miscigenação de seus povos e as técnicas elaboradas para hierarquizar a sociedade. Tratamos ainda do preconceito racial flagrante à época da escravidão, da teoria do embranquecimento e do mito da democracia racial, com foco nas formas de racismo mais comuns aos dias atuais que, no Brasil, entendemos como racismo cordial (TURRA; VENTURI, 1995). Destrinchando esse conceito, pontuamos o colorismo como mais uma face desse racismo, capaz de reverter o lugar do opressor, e finalizamos apontando o potencial dos movimentos negros e da *internet* como ferramenta de apropriação racial e transformação social.

### 2.1 CORDIALIDADE E DISCRIMINAÇÃO COMO ALICERCE DA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA

Publicada em 1936, *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda, é considerada uma das primeiras e mais relevantes interpretações sociais do Brasil. A obra que, desde a sua publicação, passou por numerosas alterações realizadas pelo próprio autor, traz a afirmação de que "a principal contribuição brasileira para a civilização será a de cordialidade" e o conceito amplamente discutido do "homem cordial" (HOLANDA, 1981, p. 106).

É fundamental ressaltar o cuidado do autor em explicitar que a interpretação da palavra "cordial" se deve estritamente ao seu sentido etimológico, isto é, relativo ao coração. Segundo Holanda (1981), a palavra ganhou uma conotação ética e vem sendo erroneamente interpretada a partir da obra de Cassiano Ricardo<sup>6</sup>, em que há registro das "cordiais saudações" como fechos de cartas que tentavam transmitir um certo afeto, atribuindo assim o "capital sentimento" dos brasileiros. Esse capital

---

<sup>6</sup> Jornalista representante do modernismo, com tendências nacionalistas, que, em 1948 publicou um artigo na revista *Colégio* questionando o sentido da cordialidade do brasileiro e sugerindo em seu lugar o termo "bondade".



sentimento seria a bondade ou até mesmo uma "técnica de bondade", mais envolvente, política e assimiladora (HOLANDA, 1981, p. 106-107).

Enxergadas como virtudes para estrangeiros e motivo de orgulho para os brasileiros, "a generosidade, a hospitalidade e a gentileza" são para Holanda (1981, p. 108), na realidade, influências diretas dos padrões de convívio formados no meio rural e patriarcal e, de certa forma, mantêm comportamentos na intenção de perpetuar essas mesmas estruturas. Entretanto, o autor ressalta que é enganoso supor que essas características possam significar "boas maneiras" ou civilidade, alertando que nossa forma de convívio social é o contrário do que se entende por "polidez".

Holanda (1981) apresenta a polidez como sendo, de alguma forma, uma organização de defesa ante a sociedade e que ela se detém à parte externa do indivíduo, podendo inclusive servir como peça de resistência. Ou seja, equivale a um disfarce, uma máscara que permite que o indivíduo "preserve intactas as suas sensibilidades e emoções ao ponto que mantenha a sua supremacia ante o social, implicando na sua presença contínua e soberana" (HOLANDA, 1981, p. 108).

Sendo assim, compreendemos que a cordialidade proposta por Holanda (1981) em nenhum momento exclui a violência, pelo contrário, ela reforça modelos e estruturas hierárquicas não só no âmbito privado, mas levando modos de relações íntimas e familiares também para o público. O homem cordial nega desigualdades e não compreende mudanças.

Mesmo apresentando esse lado cordial do brasileiro e tendo ciência de que este comportamento mantém, intencionalmente, estruturas sociais desiguais, Holanda (1981), ao tratar da relação entre colonizadores, índios e escravizados, apresenta uma ideia que hoje podemos enxergar como romantizada. Segundo o autor, a vida no Brasil no período da colonização pareceu ser "incomparavelmente mais suave, mais acolhedora das dissonâncias sociais, raciais e morais" (HOLANDA, 1981, p. 22).

Atribuindo ao fato de que portugueses, já na época da chegada ao Brasil, eram um povo de mestiços, Holanda (1981) acrescenta ainda outra característica da "extraordinária plasticidade social" brasileira que seria a ausência completa de qualquer orgulho de raça (HOLANDA, 1981, p. 22).

O primeiro registro do termo "raça" é encontrado na literatura no início do século XIX, por Georges Cuvier, apresentando a ideia da existência de heranças

físicas pertencentes a vários grupos humanos (SCHWARCZ, 1993). Entretanto, circunstâncias históricas fornecem um sentido à ideia de raça desde o século XVI, quando a expansão econômica mercantilista e a descoberta do novo mundo trouxeram reflexões sobre a unidade e a multiplicidade da existência humana que permearam a cultura renascentista. Até então, ser humano estava relacionado ao pertencimento a uma comunidade política ou religiosa e foi a partir da expansão comercial burguesa e do Renascimento que a construção do moderno ideário filosófico tomou forma. É esse ideário que mais adiante transformaria o europeu no homem ideal — e aqui vale atentar para o uso proposital do gênero masculino — e todos os outros povos e culturas, que não são condizentes aos seus sistemas, em espécies menos evoluídas (ALMEIDA, 2019).

O Iluminismo, por sua vez, funda suas ideias a partir de um homem múltiplo, que possui atribuições biológicas, econômicas, psicológicas e linguísticas distintas, portanto, traz consigo a possibilidade de comparação e, posteriormente, a classificação de diferentes grupos com base em suas características físicas e culturais. Segundo Almeida (2019), é a partir dessas classificações que surge a distinção filosófico-antropológica entre o civilizado e o selvagem, que mais à frente daria lugar ao civilizado e ao primitivo.

Após a longa transição das sociedades feudais para a sociedade capitalista, a civilização, detentora dos direitos universais e da razão universal, exploraria outros lugares do mundo onde se deparariam com indivíduos que desconheciam os benefícios da liberdade, da igualdade, do Estado de direito e do mercado, o que os transformava automaticamente em seres primitivos. Almeida (2019) define como colonialismo esse movimento de levar a civilização para lugares onde ela não existia, resultando em um processo de destruição, abjeção, degradamento, e morte de inteiras populações. Esse processo pode ser entendido como um projeto de universalização em que a finalidade era a de inserir os colonizados no espaço da modernidade (MBEMBE, 2018 *apud* ALMEIDA, 2019).

No final do século XVIII e início do século XIX, a Revolução Haitiana prova que o projeto liberal-iluminista não tornava todos os homens iguais e jamais faria com que todos os indivíduos fossem considerados seres humanos. Ao requerer aos seus colonizadores franceses que a liberdade e a igualdade universais fundadas na Revolução Francesa fossem estendidas a eles, o povo haitiano gerou um grande conflito. A revolução culminou na independência do país, que até hoje sofre com a

ousadia de ter reivindicado sua liberdade.

Por este contexto histórico, Almeida (2019) entende que o sentido de raça está sempre atrelado às circunstâncias em que é utilizado. Contudo, o autor entende que por trás do conceito de raça "sempre há contingência, conflito, poder e decisão, de tal sorte que se trata de um conceito relacional e histórico" (ALMEIDA, 2019, p. 21), podendo ser operado a partir de dois registros básicos que se entrecruzam e complementam: "1. como característica biológica, em que a identidade racial será atribuída a algum traço físico, como a cor da pele, por exemplo; 2. como característica étnico-cultural, em que a identidade será associada à origem geográfica, à religião, à língua ou outros costumes, a uma certa forma de existir" (ALMEIDA, 2019, p. 27).

No Brasil, diante de uma população composta pela mistura de raças, ou seja, majoritariamente mestiça, há de se encontrar pontos de distinção, seja a tonalidade da pele, os traços fenotípicos, a ancestralidade, a posição social, etc. É através dessa separação que se formam as categorias onde residem o pré-julgamento, visto que é no processo de categorização, seja de objetos, ideias ou pessoas, que simplificamos todas as informações que absorvemos no nosso cotidiano (ANDRÉ, 2018). Ao entender a mestiçagem como uma mistura, no Brasil, é possível pensá-la também como uma separação, isto é, uma mistura com hierarquias.

Foi Gordon Allport (1954) quem definiu as perspectivas de análise do preconceito utilizadas até os dias atuais. Para ele, o preconceito se dá a partir de uma antipatia ou atitude hostil contra uma pessoa que pertence a um grupo, simplesmente porque ela pertence a esse grupo, presumindo-se, portanto, que ela tem as características censuráveis atribuídas a esse grupo. Já o preconceito étnico se dá, então, quando há a generalização e categorização de grupos específicos baseada nas suas características físicas (ANDRÉ, 2018).

Tendo como foco o racismo, torna-se pertinente compreender a distinção entre preconceito – segundo Allport (1954), uma antipatia perante a um grupo ou membro de um grupo minoritário socialmente – e o racismo que se estende a "uma atitude de hierarquização, exclusão e discriminação contra um indivíduo de certo grupo ou de um grupo, com certas características fenotípicas, herdadas geneticamente" (ANDRÉ, 2018, p.12). Almeida (2019) entende a discriminação como a atribuição de tratamento diferenciado a membros de grupos racialmente identificados e a divide em discriminação direta e indireta. A primeira consiste em um

repúdio ostensivo a indivíduos ou grupos, motivado pela condição racial, já a segunda — que se mostrará fundamental na nossa análise — se caracteriza a partir de um processo em que a situação específica de grupos minoritários é ignorada, sem que se leve em conta a existência de diferenças sociais. A discriminação indireta é marcada pela ausência de intencionalidade explícita de discriminar pessoas.

Ao tratar especificamente da sociedade brasileira, Santos (2014, p. 06) ressalta a dificuldade que temos em aceitar a diversidade:

Aqui o reconhecimento das diferenças é utilizado como mecanismo de inferiorização e daí, a permanência de valores excludentes. Logo, não é possível ignorar que no cotidiano as comunidades se veem a si próprias e as demais a partir das diferenças, que, por sua vez, perpassam desde aspectos estéticos a valores culturais, sociais e raciais a partir das representações.

Dessa forma, é possível identificar diferenças entre o preconceito e o racismo, visto que, enquanto o preconceito revela uma atitude desfavorável contra um sujeito, o racismo vai além do nível individual, atingindo esferas culturais e institucionais e englobando a exclusão e discriminação social, o que Guimarães (1999 *apud* LIMA; VALA, 2004) enxerga como uma redução do cultural ao biológico, numa tentativa de fazer o primeiro depender do segundo.

A partir da relação com a subjetividade, o Estado e a economia, Almeida (2019) apresenta o racismo a partir de três concepções: individualista, institucional e estrutural. A concepção individualista do racismo é concebida como uma espécie de patologia ou anormalidade atribuída a indivíduos isolados, grupos ou coletivos. Por ser considerado um desvio de caráter, pode ser tratado como fenômeno ético ou psicológico e pode ser combatido no campo jurídico através de sanções civis ou penais. Ainda assim, essa concepção pode se mostrar frágil e limitada quando observada sem que sejam realizadas associações históricas e reflexões sobre seus reais efeitos na sociedade.

O racismo institucional parte do pressuposto de que as instituições são "modos de orientação, rotinização e coordenação de comportamentos que tanto orientam a ação social como a torna normalmente possível" (HIRSCH, 2018, p. 26 *apud* ALMEIDA, 2019, p. 34). Essas instituições, que são fundamentalmente hegemônicas, atuam em uma dinâmica que confere, ainda que de forma indireta, desvantagens e privilégios baseados na raça, moldando o comportamento humano

tanto em relação a decisões como aos sentimentos e preferências. Através de mecanismos institucionais grupos raciais dominantes impõem seus interesses políticos e econômicos, o que torna a cultura, a estética e as práticas de poder de um determinado grupo consideradas o padrão na sociedade. Não por acaso o racismo institucional tem suas premissas comparadas às ideias de colonização, visto que se trata de uma concepção igualmente destrutiva.

Sabendo que as regras e padrões impostos pelas instituições visam resguardar uma determinada estrutura de ordem social, entendemos que o racismo institucional faz parte dessa mesma estrutura. Ou seja, o racismo não é criado pelas instituições, mas reproduzido por elas.

Nas palavras de Almeida (2019), as instituições são racistas porque a sociedade é racista. A terceira concepção do racismo é, portanto, uma decorrência da própria estrutura social, do modo como comumente são constituídas as relações políticas, econômicas, jurídicas e até mesmo familiares. "Comportamentos individuais e processos institucionais são derivados de uma sociedade cujo racismo é regra e não exceção" (ALMEIDA, 2019, p. 45).

Ao retratar um Brasil com a ausência de dissonâncias sociais, raciais e morais obtidas através da mestiçagem, Holanda (1981) corrobora com uma construção ideológica do povo brasileiro que consiste em uma uniformidade, tanto de corpos quanto de cultura. Entretanto, esse conjunto de afirmações sobre as características do brasileiro acaba não gerando discussões sobre a temática racial em nosso contexto. Pelo contrário, ela é tratada como um tabu, gerando uma espécie de preconceito retroativo, ou seja, há um preconceito de se ter preconceito.

Ao enxergar-se em um país onde não há raça pura, mas uma única raça, o brasileiro, de certa forma, acaba por negar e rejeitar as questões raciais, naturalizando e estabilizando posições sociais desiguais. Logo, atitudes racistas são vistas como escassas ou de forma branda (PACHECO, 2011).

Embora tenhamos assistido, ainda no século XX, importantes mudanças sociais e políticas relativas aos Direitos Humanos, a noção de raça ainda é um fator político importante utilizado como um dispositivo para naturalizar desigualdades, perpetuar a segregação e o genocídio de grupos sociologicamente minoritários (ALMEIDA, 2019, p.28).

Ao utilizarmos a palavra "dispositivo", estamos nos apropriando da definição trazida por Agamben (2005), baseada na estratégia do pensamento de Foucault,

que frequentemente utiliza o termo quando associado ao que chama de "governabilidade" ou "governo dos homens" (AGAMBEN, 2005, p. 09). De maneira resumida, dispositivo seria entendido como:

1) É um conjunto heterogêneo, que inclui virtualmente qualquer coisa, linguístico e não-linguístico no mesmo título: discurso, instituições, edifícios, leis, medidas de segurança, proposições filosóficas, etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos. 2) O dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta e se inscreve sempre em uma relação de poder. 3) É algo de geral (um *resseau*, uma "rede") porque inclui em si a episteme, que para Foucault é aquilo que em uma certa sociedade permite distinguir o que é aceito como um enunciado científico daquilo que não é científico (AGAMBEN, 2005, p. 10).

Uma das maiores características do dispositivo, segundo Agamben (2005) seria a implicação invariável de processos de subjetivações, sem os quais os reduziria a meros exercícios de violência. Para o autor, Foucault mostra como, em uma sociedade disciplinar, os dispositivos "visam através de uma série de práticas e de discursos, de saberes e de exercícios, a criação de corpos dóceis, mas livres, que assumem a sua identidade e a sua 'liberdade' enquanto sujeitos no processo mesmo do seu assujeitamento" (AGAMBEN, 2005, p. 15). Ou seja, os dispositivos só governam por produzirem subjetivações.

A atual fase capitalista em que vivemos traz consigo um acúmulo e a proliferação desenfreada dos dispositivos. Para Agamben não há um só instante na vida dos indivíduos que não seja modelado, contaminado ou controlado por algum dispositivo. Dessa forma, há uma disseminação dos processos de subjetivação acrescentando um aspecto de mascaramento que sempre acompanhou toda a identidade pessoal, o que nos remete ao conceito de homem cordial (HOLANDA, 1981), que, se valendo dessa cordialidade, mantém suas sensibilidades e emoções preservadas.

Entender o racismo como um dispositivo não nos impede de encará-lo como um grave e atual problema, mas nos faz observá-lo como um processo de subjetivação que é capaz de se transformar e se adaptar às mudanças sociais do seu tempo. Se antes existia o racismo flagrante e extremamente violento do período da escravidão, ainda hoje nos deparamos com heranças dessa época em costumes e condutas que perpetuam "uma divisão silenciosa e condicionada por um vocabulário que transforma cor em marcador social de diferença" (SCHWARCZ; STARLING 2015, p. 92).

Se a casa-grande delimitava a fronteira entre a área social e a de serviços, a mesma arquitetura simbólica permaneceria presente nas casas e edifícios, onde, até os dias que correm, elevador de serviço não é só para carga, mas também e, sobretudo, para os empregados que guardam a marca do passado africano na cor. [...] a polícia, que aborda muito mais negros do que brancos e neles dá flagrantes. [...] Diante da força policial, não raro os indivíduos assumem um lugar que corriqueiramente optariam por rejeitar. Não basta ser inocente para ser considerado e se considerar culpado. Esse tipo de reação é chamado pelo antropólogo Didier Fassin de "memória incorporada", quando, antes mesmo de refletir, os corpos lembram (SCHWARCZ; STARLING 2015, p. 92).

Apesar de ser considerado um grave problema social, o racismo é, na maioria dos casos, percebido como um problema do outro e, por isso, distante de cada um de nós. A já citada pesquisa elaborada pelo jornal Folha de São Paulo, em parceria com o Instituto de Pesquisas Datafolha, realizada junto a uma amostra representativa da população nacional, indicou que, no Brasil, quase 90% dos entrevistados não se considerava racista, enquanto que o mesmo número percentual de pessoas acreditava que existia racismo no país (TURRA; VENTURI, 1995). Esses dados nos mostram a possibilidade de o racismo ser praticado de uma forma imperceptível, até mesmo para quem o pratica.

## 2.2 NOVAS FORMAS DE RACISMO E A MANUTENÇÃO DE VELHAS ESTRUTURAS HIERÁRQUICAS

É fato que observamos hoje uma certa condenação social às formas mais explícitas e flagrantes do racismo, porém, é possível notar novas e mais sofisticadas formas de comportamento que mantêm o preconceito racial não só no nível interpessoal mas também institucional. Isto é, há uma tendência de expressar o racismo de uma forma mais sutil e velada, o que Lima e Vala (2004, p. 03) mencionam como "Novos Racismos".

Dentre os estudos que apresentam as novas formas de expressão do racismo nos últimos tempos, Lima e Vala (2004, p. 04) destacam: o racismo simbólico nos EUA (KINDER; SEARS, 1981); o racismo moderno na Austrália e nos EUA (MCCONAHAY; HOUGH, 1976; PERDERSEN; WALKER, 1997); o racismo aversivo também nos EUA (GAERTNER; DOVIDIO, 1986); o racismo ambivalente nos EUA (KATS; HASS, 1988); o racismo sutil na Europa (PETTIGREW; MEERTENS, 1995); e, por fim, o racismo cordial no Brasil (TURRA; VENTURI, 1995).

O racismo simbólico se dá como uma forma de resistência a mudanças no *status quo* das relações racializadas nos EUA pós-declaração dos Direitos Civis. Ela se baseia na crença de que as pessoas negras violam os valores tradicionais estadunidenses do individualismo ou da ética protestante (obediência, ética no trabalho, disciplina e sucesso), de maneira que o grupo dominante sente uma ameaça mais aos valores e à cultura do que uma ameaça econômica (KINDER; SEARS, 1981 *apud* LIMA; VALA, 2004).

Já o racismo moderno, assim como o simbólico, também se baseia na percepção de que a população negra está recebendo mais ou indo além de onde merece e violando valores importantes para as pessoas brancas. Ele surge de uma necessidade empírica de medir atitudes raciais públicas de indivíduos quando as normas sociais inibem o racismo escancarado. Basicamente, consiste em um conjunto de crenças e avaliações: a) enxerga a discriminação como algo passado, visto que, atualmente, as pessoas negras já podem não só competir mas também adquirir o que almejam; b) a ascensão econômica da população negra em setores onde supostamente não é bem vinda; c) consideram os meios e demandas das pessoas negras inadequados e injustos; d) as instituições estão dando uma demasiada atenção à população negra, fazendo com que seus recentes ganhos sejam desmerecidos (MCCONAHAY, 1986 *apud* LIMA; VALA, 2004).

Baseados numa análise realizada por Joel Kovel na década de 1970 sobre as relações raciais estadunidenses, Gaertner e Dovidio (1986), citados por Lima e Vala (2004), apresentam duas formas de racismo. O dominante ou flagrantes, mais raros hoje em dia, e o racismo aversivo. Este último se apresenta através de indivíduos que adotam os valores do igualitarismo e se auto-apresentam como pessoas igualitárias e sem preconceito racial, ou seja, parecem ter aversão ao racismo.

Lima e Vala (2004) afirmam que, para Kovel (1970; 2001), criador do conceito de racismo aversivo, o grande problema da sociedade estadunidense era o de incluir a população negra na democracia após a conquista dos direitos civis. Já para Gaertner e Dovidio (1986), o racismo aversivo se manifesta quando as pessoas brancas, mesmo possuindo fortes valores igualitários, experienciam um tipo particular de ambivalência que se dá através do conflito entre sentimentos e crenças associados a valores igualitários e sentimentos negativos face às pessoas negras.

Os autores pontuam que esses sentimentos negativos em relação às pessoas negras não passam pela hostilidade ou pelo ódio, mas por um desconforto,



nervosismo, ansiedade e até medo de indivíduos negros. Esses sentimentos negativos, ainda de acordo com Gaertner e Dovidio (1986) seriam decorrentes de dois mecanismos: a) do contexto racista de socialização que os indivíduos são sujeitos; b) da categorização e do viés endogrupal, que contribuem para a formação dos estereótipos e do preconceito.

Retomando a ideia de ambivalência, Katz, Wackenhut e Hass (1986) afirmam que esta é a característica mais latente nas relações raciais dos brancos estadunidenses. Se por um lado há a valorização da democracia e do igualitarismo, por outro há a estima pelo individualismo, pela autoconfiança, pela devoção ao trabalho e pela realização, valores característicos da ética protestante.

Reconhecer a desfavorável situação social e econômica das pessoas negras e aderir aos princípios da igualdade e do humanitarismo pode gerar a empatia das pessoas brancas, mas, quando confrontados pelos valores típicos da ética protestante, é possível que este mesmo grupo identifique a população negra como desviante em relação a esses valores. Portanto, a ambivalência se dá a partir da dupla percepção em que as pessoas negras são enxergadas como desviantes, mas, ao mesmo tempo, ocupam um lugar de desvantagem em relação às pessoas brancas, gerando, assim, atitudes pró e anti-negros.

As teorias do racismo ambivalente e do racismo aversivo possuem pressupostos semelhantes. Ambos os grupos racistas se declaram e buscam manter uma autoimagem e imagem pública de indivíduos livres de preconceitos, porém, nas duas perspectivas a noção de conflito ou ambivalência está colocada num nível intrapsíquico, tendo suas resoluções entendidas de uma forma primordialmente inconsciente. (WALKER, 2001 *apud* LIMA; VALA, 2004).

O preconceito sutil, por sua vez, é estudado na Europa e tem como grupo focal as minorias culturais advindas de antigas ex-colônias de países europeus. Se dá na medida em os fluxos migratórios e os contatos interétnicos são intensificados a partir da globalização da economia. Pettigrew e Meertens (1995), citados por Lima e Vala (2004), definem esse tipo de preconceito como mais disfarçado e velado, e afirmam que ele é caracterizado por três dimensões. A primeira é a dimensão da defesa dos valores tradicionais, que se dá a partir do momento em que grupos dominantes enxergam o outro grupo agindo de forma incorreta ou mesmo condenável na busca de realizações sociais, como se eles não se esforçassem o suficiente ou não possuísem valores adequados para galgar tais realizações. A

segunda dimensão passa por uma percepção exagerada relativa às diferenças culturais, como se o grupo vindo de fora possuísse uma cultura demasiadamente diferente do grupo dominante. Por fim, a terceira dimensão do preconceito sutil passa pela negação de emoções positivas, isto é, rejeita-se qualquer atitude empática, que expresse simpatia ou admiração pelo grupo marginalizado.

As formas de racismo elencadas acima fazem parte de estudos baseados nas sociedades estadunidense e europeia e, por isso, toma como base características políticas, sociais e culturais desses lugares. No Brasil, a pesquisa que tomamos como referência e que nos aponta um novo tipo de racismo, que nos aproxima da teoria proposta por Holanda (1981) de "homem cordial", foi realizada pelo Jornal Folha de São Paulo e pelo Instituto de Pesquisas Datafolha e é denominada de "racismo cordial".

### 2.3 TEORIAS RACIAIS E O RACISMO CORDIAL COMO COMBATE AO "MAL" DA MISCIGENAÇÃO

Lima e Vala (2004, p. 7) ressaltam que todas as novas expressões de racismo apresentadas anteriormente são fundamentadas em pesquisas realizadas em sociedades definidas como "bi-raciais", sejam pela percepção de grupos exógenos, como no caso da Europa, ou por uma "marca interna" de diferenciação baseada na ascendência social, como no caso dos EUA. Ao tratarmos do Brasil podemos observar uma linha tênue entre as percepções de cor e raça, por isso, fez-se pertinente pontuar as outras formas de racismo moderno antes de analisarmos o caso do Brasil.

Desde o século XIX o Brasil vem tendo sua imagem construída, não só para os europeus mas também para vários intelectuais nacionais, a partir de uma única e extremada miscigenação racial. Para exemplificar a formação da imagem de país miscigenado, Schwarcz (1993) faz um apanhado de citações que ressaltam essa ideia criada do povo brasileiro, tanto para o próprio país quanto para fora dele. O crítico literário da Escola do Recife, Silvio Romero (1888/1949, p. 15), afirma que "formamos um país mestiço, senão no sangue, ao menos na alma". Em 1868 o pesquisador suíço Louis Agassiz afirmava que a deterioração das raças, mais latente aqui do que em qualquer outro país do mundo, apagava rapidamente as melhores qualidades do branco, do negro e do índio, "deixando um tipo indefinido,

híbrido, deficiente em energia física e mental" (AGASSIS, 1868 *apud* SCHWARCZ, 1993, p. 17). Já o conde Arthur de Gobineau, enviado francês que permaneceu no Rio da Janeiro por quinze meses, descreveu a população como "totalmente mulata, viciada no sangue e no espírito e assustadoramente feia" (RAEDERS, 1988 *apud* SCHWARCZ, 1993, p. 17).

Em julho de 1911 aconteceu em Londres o primeiro Congresso Internacional das Raças. O então diretor do Museu Nacional do Rio de Janeiro, João Batista Lacerda, representando um "típico país miscigenado", apresentou a tese intitulada "o Brasil mestiço de hoje tem no branqueamento em um século sua perspectiva, saída e solução" (LACERDA, 1911 *apud* SCHWARCZ, 1993, p. 15). O trabalho supunha que o Brasil, apesar de ser uma nação miscigenada, seria um dia um país de brancos, pois encontrava-se em processo de transição, isto é, passava por um acelerado processo de cruzamento e depuração natural (SCHWARCZ, 1993).

Teorias raciais como a apresentada por Lacerda (1911) pareciam oportunas em um momento em que o país presenciava o enfraquecimento e o fim da escravidão, pois era necessário manter a rígida hierarquia social estabelecida no Brasil. No entanto, justamente pelo fim do período escravocrata, elas começaram a ser publicamente questionadas. Ao tempo em que se reforçava a ideia de uma raça pura, constituída apenas por brancos, paralelamente essas teorias inviabilizavam um projeto nacional que começava a se montar (SCHWARCZ, 1993).

A partir de 1930, com o processo de industrialização, criou-se para o Brasil a necessidade da formação de um mercado interno e da unificação nacional (ALMEIDA, 2019). Para manter as estruturas sociais hierárquicas no país, parecia mais oportuno aceitar sua condição natural de país miscigenado, trabalhando a ideia de uma nacionalidade pautada na construção ideológica de uma mestiçagem, tanto nos corpos quanto na cultura, que caracterizaria o país com um típico exotismo e uniformidade (PACHECO, 2011). Assim sendo, deparamo-nos com o mito da democracia racial, em que supostamente não haveria diferentes raças, mas uma única raça mestiça que caracterizaria o povo do Brasil. O mito da democracia racial cria, então, a ideia de um sistema racial desprovido de qualquer manifestação de preconceito ou discriminação, visto que, se havia apenas uma raça, não seria possível haver distinções. A desigualdade racial, que se reflete no plano econômico, é transformada em diversidade cultural, tornando-se, portanto, parte da paisagem nacional (ALMEIDA, 2019). Schwarcz (1993, p. 28) ressalta a importância de refletir

sobre seu esforço de adaptação do pensamento racial brasileiro, que "atualizou o que combinava e descartou o que de certa forma era problemático para a construção de um argumento racial no país".

O caderno especial publicado pela Folha de São Paulo, em 1995, intitulado "Racismo Cordial — A mais completa análise sobre preconceito de cor no Brasil", apresenta a ideia de um racismo tipicamente brasileiro, o racismo cordial. O significado da palavra "cordial" aqui é o mesmo utilizado por Holanda (1981) ao definir o brasileiro como homem cordial, isto é, o racismo cordial se caracteriza por uma polidez superficial que mascara atitudes e comportamentos discriminatórios e se expressam a nível privado, mas também público, seja em forma de piadas, ditos populares ou brincadeiras. Diferente da Europa e dos EUA, no Brasil o preconceito racial atinge toda a população não branca, isto é, pessoas negras e pardas.

O pressuposto empírico desse conceito parte de uma pesquisa na qual 89% de uma amostra representativa da população brasileira acreditavam que havia racismo no Brasil, embora apenas 10% admitissem ser racistas, sendo que 87% dos entrevistados, ainda que de forma indireta, revelaram algum tipo de preconceito ao pronunciar ou concordar com enunciados preconceituosos. Trata-se de um racismo não intencional, às vezes em tom de brincadeira, mas sempre discriminando e diminuindo o grupo atingido (GUIMARÃES, 1999 *apud* LIMA; VALA, 2004). De certa forma esse tipo de racismo procura conviver de maneira harmoniosa com a norma antirracista e caracteriza-se pela intenção de não ultrapassar as regras da igualdade racial, sendo assim mais difícil de ser identificado em relação a atitudes de racismo flagrante e, por sua vez, mais difícil de ser combatido.

A pesquisa consistiu basicamente em 12 afirmações ou perguntas, com as quais o entrevistado deveria concordar ou discordar, especificando se por completo ou em parte. São alguns exemplos: 1) negro bom é negro de alma branca; 2) uma coisa boa do brasileiro é a mistura de raças; 3) as únicas coisas que os negros fazem bem são música e esportes; 4) toda raça tem gente boa e gente ruim, isso não depende da cor da pele; 5) negro, quando não faz besteira na entrada, faz na saída; 6) se pudessem comer bem e estudar, os negros teriam sucesso em qualquer profissão.

Para efeito de estudo, decidiu-se criar um rankig ou escala de preconceito. A ideia era atribuir pontos para a respostas dos entrevistados às 12 perguntas. Pessoas que escolhessem as respostas mais preconceituosas na

maioria das perguntas seriam consideradas "fortemente preconceituosas". Nessa categoria, enquadram-se apenas 4% dos brasileiros entrevistados. Mas outros 83% se encaixam entre os que demonstraram "um pouco" ou "medianamente" preconceito contra negros. A soma de 83% e 4% resulta no percentual (87%) de brasileiros que manifestam preconceito contra negros em algum momento, ainda que de forma indireta. Só 13% dos entrevistados conseguiram sair ilesos do teste, respondendo a todas as indagações com a opção desprovida de conteúdo preconceituoso (TURRA; VENTURI, 1995, p 16).

O caderno especial da Folha de São Paulo trazia ainda, além da pesquisa, uma entrevista com Milton Santos, à época professor-titular de Geografia Humana da Universidade de São Paulo (USP) e, até hoje, dezoito anos após seu falecimento, um dos maiores nomes da Geografia no Brasil. Em sua entrevista, Santos contesta a pesquisa da Folha alegando que ela reforça a intolerância contra negros por não definir conceitos fundamentais, como preconceito e discriminação. Reconhece ainda que se trata de um esforço importante, mas largamente insuficiente, visto que não desenvolve a sua constatação. Ao ser indagado sobre qual seria a especificidade do racismo brasileiro, o geógrafo traz a naturalidade com que os negros são tratados como subalternos e a impossibilidade de questionar esse tratamento, visto que quando se reclama sobre essa questão, o "clima agradável" é perturbado. Quando questionado pelo entrevistador se já protestou contra o fato de em seu prédio haver dois elevadores, lado a lado, com placas que indicam "social" e "serviço", Milton Santos responde com um explícito exemplo de um comportamento cordial: "Já pedi para tirarem. Nos foi dito, então, que colocássemos os empregados para comerem conosco à mesa. Uma típica confusão entre o público e o privado, que só o brasileiro faz" (SANTOS, 1995, p. 62).

Característico do brasileiro, o racismo cordial se sobrepõe, então, a supostas teorias que buscavam provar uma inferioridade biológica da pessoa negra e se caracteriza por sua forma branda, sem segregação ou violência explícita, sendo institucional e estrutural, porém mais idiossincrático. De certa forma, defender e difundir uma ideia de uniformidade de raça do povo brasileiro faz parte de um projeto que tem como objetivo invisibilizar a população negra em prol de um só povo cordial e majoritariamente mestiço (PACHECO, 2011).

Se o termo caboclo já foi utilizado para designar pessoas que tinham características físicas atribuídas à mistura de raças, hoje o termo pardo parece ter assumido esse papel (SILVA; LEÃO, 2012). Porém, é através desse termo que identificamos margens para as controvérsias que apresentaremos neste trabalho.

## 2.4 O PARDO, O COLORISMO E A REVERSÃO DA OPRESSÃO

Há registros do termo pardo desde a época da colonização brasileira. Na carta de Caminha já se via referir-se aos habitantes daquela terra como "pardos maneira avermelhados" (PETRUCCELLI, 2000). A historiadora Hebe Mattos traz o significado encontrado no dicionário "Vocabulário português e latino" (BLUTEAU, 1712) como um dos primeiros registros do termo. Nele se define pardo como "a cor entre branco e preto, característica do pardal, de onde o nome parece ter vindo. Homem pardo: ver mulato" (MATTOS, 2006, p.49).

O termo começou a fazer parte do Censo ainda no período da escravidão, a partir de 1872, quando o recenseado podia se classificar entre branco, preto, pardo ou caboclo, porém, os escravos eram classificados pelo recenseador entre preto e pardo. Ainda de acordo com Mattos (2006), ao longo dos séculos XVIII e XIX o termo pardo não era apenas considerado uma categoria de cor, mas uma expressão que assinalava origem africana, separando-a da escravidão.

A ideia de democracia racial e uniformidade da raça faz com que, a partir de 1950, o número de pessoas pardas cresça significativamente enquanto o número de pessoas negras diminua. O termo pardo foi consolidado a partir de 1976, quando o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) fez sua Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e se deparou com 135 cores diferentes às quais os brasileiros se associavam. A lista dessas cores, segundo Turra e Venturi (1995, p. 33), constitui um "verdadeiro tratado antropológico ditado pelos brasileiros". Dentre as 135 cores é possível encontrar não só branca, parda, negra e amarela, mas variações como acastanhada, alvinha, bronze, cor de canela, melada, morena bem chegada, queimada, sarará, trigueira, dentre outras. A partir dessa pesquisa o termo pardo passa a representar a cor de quem não se enxergava como branco, negro, amarelo ou indígena. Nesse momento o Censo adota a pergunta como a conhecemos: "Qual a sua cor?", tendo como opções de resposta: preto, pardo, branco e amarelo. Em 1990 a pergunta é alterada para "Qual a sua cor ou raça?" e a resposta "indígena" é adicionada (SILVA; LEÃO, 2012).

O crescimento nos dados do Censo do número de pessoas que se consideram pardas demonstra que o projeto de uma suposta democracia racial, de um Brasil de uma única raça vinha dando certo. Sendo que esse é também um

projeto político de uma classe dominante que, através da construção da identidade social, busca a autoproteção, defesa de interesses e reversão da opressão (SANTOS, 2010). O pardo, que resulta de uma mistura de brancos e negros, apresenta naturalmente características menos negroides, sendo, por isso, mais aceito socialmente. Gera-se, então, uma forma de hierarquização social em que a oposição não se dá entre as pessoas brancas e negras, mas através de pequenos contrastes e diferenciações, de uma maneira muito mais sutil. Para Nogueira (1998, p. 06), o limiar entre o grupo discriminatório e o discriminado é indefinido e varia de maneira subjetiva:

[...] tanto em função dos característicos de quem observa como dos de quem está sendo julgado, bem como, ainda, em função da atitude (relações de amizade, deferência, etc) de quem observa em relação a quem está sendo identificado, estando, porém, a amplitude de variação dos julgamentos, em qualquer caso, limitada pela impressão de ridículo ou absurdo que implicará uma insofismável discrepância entre aparência de um indivíduo e a identificação que ele próprio faz de si ou que os outros lhe atribuem.

A essa hierarquização baseada em fenótipos e nos tons de pele dá-se o nome de colorismo ou pigmentocracia. O colorismo se baseia na ideia de que há um fenótipo normalizado, que é o do europeu, ou seja, branco, alto e com traços finos. Sendo assim, quanto mais próximo dessas características, mais oportunidades sociais, econômicas e políticas terá a pessoa (HARRIS, 2008). É importante ressaltar que a ideia do colorismo não se trata de inserir pessoas negras de características mais próximas ao fenótipo branco em ambientes dominados pela branquitude, pelo contrário, trata-se de mais um artifício de discriminação racial violento e cruel, que além de excluir, causa uma desagregação inter-racial. Carneiro (2011, p. 64) desenvolve essa ideia:

Aqui, aprendemos a não saber o que somos e sobretudo o que devemos querer ser. Temos sido ensinados a usar a miscigenação ou a mestiçagem como uma carta de alforria do estigma da negritude: um tom de pele mais claro, cabelos mais lisos ou um par de olhos verdes herdados de um ancestral europeu são suficientes para fazer alguém descendente de negros, se sentir pardo ou branco, ou ser "promovido" socialmente a essas categorias. E o acordo tácito é todos fazermos de conta que acreditamos.

Ao criar-se essa ilusão de aceitação de parte da população negra em espaços dominados pelos brancos, mantêm-se, de certa forma, negada qualquer possibilidade de acesso à população de pele mais escura. Munanga (1999, p. 96) afirma que a maior parte da população afro-brasileira vive nessa zona vaga e

flutuante, fazendo com que muitos interiorizem o racismo contra eles e projetem sua aceitação na assimilação dos valores culturais dos brancos dominantes, o que, para o autor, "dificulta a formação do sentimento de solidariedade necessário em qualquer processo de identificação e de identidade coletiva". Em sua entrevista ao jornal Folha de São Paulo, o geógrafo Milton Santos afirma que a grande aspiração da pessoa negra brasileira é ser tratada como uma pessoa comum e que "no Brasil, desgraçadamente, a ascensão social do negro o condena a dar as costas ao passado" (SANTOS, 1995, p. 63). Santos (2010) complementa que a estratégia da supremacia branca em não estimular a identidade coletiva e o sentimento de pertencimento da população negra é essencial para a desarticulação dos movimentos sociais negros no combate ao verdadeiro opressor.

É fundamental pontuar que o processo de perda da identidade étnica das pessoas negras não é recente, pelo contrário, acontece desde a colonização, com sequestro da população africana e seu embarque por meio de coerção em navios negreiros, assim como sua conversão ao catolicismo e mudança dos seus nomes originais para nomes de origem europeia no intuito de anular qualquer ligação com sua ancestralidade (SANTOS, 2010).

O colonialismo configura um modelo de administração que tem como base formas de ceifar a vida ou colocá-la em permanente contato com a morte, tornando indistinguíveis a guerra, a política, o homicídio e o suicídio. Achille Mbembe chama essa forma de administração de necropoder ou necropolítica, uma relação intrínseca entre a política e o terror e um conceito fundamental para observarmos a violência provocada pelo racismo da colonização aos dias atuais. Essa "formação peculiar de terror" (ALMEIDA, 2019, p. 104), que o sociólogo chama de necropolítica, foi implementada desde o colonialismo, em que o mundo aprendeu a utilidade de práticas como "a seleção de raças, a proibição de casamentos mistos, a esterilização forçada e até mesmo o extermínio dos povos vencidos foram inicialmente testados" (SARTRE, 2002 *apud* ALMEIDA, 2019). Almeida (2019) revela que, para Mbembe, as colônias são o local em que os controles e as garantias de ordem judicial podem ser suspensos, onde a violência do estado de exceção opera a serviço de uma suposta civilização. Ainda segundo o autor, seria um equívoco entender o colonialismo como um movimento restrito ao século XIX, já que "a colônia como forma de dominação pode ser agora instituída dentro das fronteiras dos Estados, como parte das chamadas políticas de segurança pública" (ALMEIDA,



2019, p. 108). Essas políticas, segundo o autor, são responsáveis por eliminar o "inimigo" criado por elas mesmas, mas também pelos meios de comunicação de massa e os programas de televisão.

O racismo, mais uma vez, permite a conformação das almas, mesmo as mais nobres da sociedade, à extrema violência a que populações inteiras são submetidas, que se naturalize a morte de crianças por "balas perdidas", que se conviva com áreas inteiras sem saneamento básico, sem sistema educacional ou de saúde, que se exterminem milhares de jovens negros por ano, algo denunciado há tempos pelo movimento negro como genocídio (ALMEIDA, 2019, p. 109).

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública divulgaram em 2019 o Atlas da Violência<sup>7</sup>, estudo que comprova que 75,5% das vítimas de homicídio no Brasil são negras. Em 2017, ano em que o número de assassinatos no país atingiu o recorde da última década, a taxa de mortes das pessoas negras chegou a 43,1 para cada 100 mil habitantes, enquanto a taxa de brancos, amarelos e indígenas foi de 16. Os dados apontam ainda que, entre 2007 e 2017, esse número cresceu de maneira significativa, tendo saltado de 63,3% para 75,5%, respectivamente. Quando somados ao número de pardos essa taxa sobe para 185 para cada 100 mil habitantes.

É possível reconhecer o racismo estrutural de forma nítida quando observamos que a violência sofrida pelos jovens negros é maior em diversos setores da sociedade. A Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar, realizada pelo IBGE e divulgada em 2015<sup>8</sup>, aponta que estudantes pretos ou pardos do 9º ano do ensino fundamental vivenciam mais experiências violentas do que os brancos, como agressões de parentes ou envolvimento em brigas com armas de fogo ou com objetos que não possuam finalidade inicial de agressão. A pesquisa indicou ainda que, entre os mesmos estudantes, 15,4% não comparem à escola devido à falta de segurança no trajeto, já entre os brancos esse número cai para 13,1%.

Ao tratarmos do racismo estrutural e do genocídio das pessoas negras, faz-se fundamental ressaltar que toda a população negra e parda do país é diretamente afetada por essa violência. Um dado capaz de comprovar a violência generalizada sofrida por essa população foi publicado no 13º Anuário Brasileiro de Segurança

<sup>7</sup> Disponível em <<https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,75-das-vitimas-de-homicidio-no-pais-sao-negras-aponta-atlas-da-violencia,70002856665>> Acesso em: 20 jan. 2020.

<sup>8</sup> Disponível em <[https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/11/homicidios-entre-jovens-negros-e-quase-tres-vezes-maior-do-que-brancos-e-chegam-a-185-por-100-mil.shtml?utm\\_source=](https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/11/homicidios-entre-jovens-negros-e-quase-tres-vezes-maior-do-que-brancos-e-chegam-a-185-por-100-mil.shtml?utm_source=)> Acesso em: 20 jan. 2020.

Pública<sup>9</sup>, que aponta que 51,7% dos 726 policiais mortos entre 2017 e 2018 eram negros, enquanto 48% eram brancos e 0,3% amarelos. Esse número torna-se ainda mais expressivo quando sabemos que apenas 37% do efetivo das polícias são de pessoas negras. Segundo Leandro Prior, coordenador nacional da pasta de segurança pública da ONG Aliança Nacional LGBTI, os policiais negros são em sua maioria soldados e cabos, as patentes mais baixas na hierarquia da tropa, geralmente designados para operações de ronda e patrulha ostensiva. Isto se deve, segundo Prior, a alta concorrência do concurso para praças (cabos e soldados) e oficiais, sendo que a prova para a segunda categoria apresenta-se significativamente mais exigente e difícil do que a primeira, o que nos mostra que a ocupação dos cargos inferiores revela, na verdade, um déficit na educação básica e fundamental entre os aprovados no concurso. Sendo assim, mais uma vez nos deparamos com uma desigualdade socioeconômica, em que a população negra é a mais afetada, revelando mais uma consequência do racismo estrutural.

Contudo, a partir de focos de insatisfação e reconhecimento de uma carência estrutural, é possível observar o desejo coletivo de mudança e uma crescente luta dos movimentos negros contemporâneos na intenção de resgatar sua ancestralidade. Esse movimento político de mobilização racial torna-se importante ao estimular uma sociedade plurirracial e pluricultural, em que pessoas pardas possam ser interpretadas através de um recorte e não de uma separação, e que elas possam se solidarizar com as pessoas negras ao invés de ver suas conquistas drenadas pelas pessoas brancas. Essa tomada de consciência do movimento negro, para Munanga (1999, p. 108), reforça a ideia de que:

[...] o conceito de pureza racial, que biologicamente nunca existiu em nenhum país do mundo, se aplicaria ainda muito menos a um país tão mestiçado como o Brasil. No entanto, confundir o fato biológico da mestiçagem brasileira (a miscigenação) e o fato transcultural dos povos envolvidos nessa miscigenação com o processo de identificação e de identidade cuja essência é fundamentalmente político-ideológica, é cometer um erro epistemológico notável. Se do ponto de vista biológico e sociológico, a mestiçagem e a transculturação entre povos que aqui se encontraram é um fato consumado, a identidade é um processo sempre negociado e renegociado, de acordo com os critérios ideológicos-políticos e as relações do poder.

---

<sup>9</sup> Disponível em <<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-01-01/quando-falamos-em-genocidio-da-juventude-negra-precisamos-incluir-tambem-a-morte-dos-jovens-policiais.html>> Acesso em: 20 jan. 2020.

As políticas afirmativas de cor e raça têm gerado um empoderamento da população negra e uma maior aceitação e apropriação da cor. Um dos indicadores desse movimento pode ser observado em uma matéria de maio de 2019 do portal G1<sup>10</sup>, que apresentou dados divulgados pelo IBGE, através da PNAD. Os números mostram que enquanto 14,5 milhões de pessoas se declararam negras em 2012, seis anos depois, em 2018, 19,2 milhões de pessoas fizeram essa autodeclaração. Isso significa um aumento de 32,2% da população que se declara negra no país.

Por outro lado, o número da população declarada branca passou de 92,2 milhões em 2012 para 89,7 milhões de brasileiros em 2018. Já os pardos, desde 2015 passaram a representar a maior parte da população do país, tendo saltado de 89,6 milhões em 2012 para 96,7 milhões em 2018.

As políticas afirmativas e a luta do movimento negro são fatores fundamentais na mudança que os dados do IBGE apresentam, mas torna-se pertinente ressaltar a contribuição que as novas tecnologias da informação, principalmente a *internet*, trouxeram para esse movimento. Foi através do poder de divulgação e persuasão de pautas importantes para grupos marginalizados, como é o caso da população negra, que o processo de comunicação passou a ser, de certa forma, reinventado, impactando padrões sociais estabelecidos há tantos anos.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/22/em-sete-anos-aumenta-em-32percent-a-populacao-que-se-declara-preta-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 23 set. 2019.

### 3 REDES SOCIAIS: INTERAÇÃO E CULTURA PARTICIPATIVA

Quando falamos sobre *internet* estamos falando sobre conexões de uma maneira indissociável. As conexões acontecem a partir de tecnologias, *softwares*, aplicativos, mas sobretudo a partir das pessoas. Há uma natureza comunicacional inerente à *internet*. A *web 2.0* nos possibilitou potencializar essa comunicação através do acesso a uma infinidade de conteúdos, a qualquer hora e local, criando uma nova percepção do espaço e do tempo, influenciando em nossas atitudes e transformando significativamente a forma como nos comunicamos. Já as mídias sociais e as redes sociais nos permitiram compartilhar não só textos, fotos e vídeos, mas ideias, desejos e afinidades, criando conexões a nível global que, sem essas ferramentas, jamais existiriam.

Apesar de ter sido criado com foco no conteúdo gerado por usuários, o YouTube é uma plataforma que apresenta recursos de rede social, o que acaba por gerar uma conexão entre o produtor de conteúdos e os espectadores. Strangelove (2010) pontua que, mesmo que o entretenimento seja um dos pilares da plataforma, são os recursos de redes sociais, como a possibilidade de curtir, comentar e responder aos comentários de cada vídeo, que fazem do YouTube um espaço aberto e múltiplo para o diálogo. As interações podem acontecer tanto em formato de vídeo, em que é comum encontrarmos réplicas e tréplicas a determinados vídeos, quanto através da caixa de comentários.

Segundo o portal Hypheness e as revistas Exame e VEJA, Júlia Tolezano, também conhecida como Jout Jout, é considerada uma das precursoras da influência digital e representa uma geração de brasileiros, além de ser apontada como a maior *youtuber* feminista da atualidade (VIEIRA, 2019; CARVALHO, 2016; KUSUMOTO, 2016). Desde 2014 Júlia mantém em seu canal uma interação expressiva com seus seguidores, a quem se refere como "família Jout Jout". Seus vídeos, a maioria em formato de *vlogs*, não possuem roteiro (RODROL; FINCO, 2016), mas foi a partir da causa feminista e de temáticas que tratavam do corpo e da sexualidade da mulher que seu canal, Jout Jout Prazer, ganhou visibilidade não só na *internet* mas também em grandes veículos de comunicação.

A *youtuber* divide o reconhecimento do seu canal com Caio Franco, seu ex-namorado que, até o momento desta pesquisa, é responsável pela filmagem de parte dos seus vídeos. Nos primeiros dois anos do canal Caio participou dos vídeos

não só filmando, mas trazendo também algumas colocações e ideias, porém, sempre por trás da câmera.

Ouvir com certa frequência a voz de Caio e nunca ver a sua imagem despertou a curiosidade dos seguidores do canal. O mistério se transformou em motivo de piada e temática de um concurso em que os seguidores deveriam enviar desenhos de como seria Caio em sua imaginação.

No final de 2015 fotos de Caio começaram a circular na *internet* sem sua autorização. Os seguidores, através de comentários, demonstraram surpresa pelo fato de Caio ser negro, diferentemente do que a maioria imaginava. A partir desse episódio Ricardo Laranja escreveu o texto "O namorado negro da Jout Jout e o racismo nosso de cada dia", em que faz uma seleção desses comentários preconceituosos.

O vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" foi publicado algumas semanas após a publicação do texto e traz, pela primeira vez, a imagem de Caio no canal. No vídeo, Caio levanta questionamentos, propõe o debate sobre a identidade negra no Brasil e menciona que, até ser visto como negro pelos seguidores do canal, considerava-se pardo.

Neste capítulo buscamos compreender a transformação da comunicação através da *internet*, tendo o *YouTube* como uma ferramenta fundamental nesse processo. Nos apoiamos nos conceitos de cultura participativa (BURGESS; GREEN, 2009) e autocomunicação de massas (CASTELLS, 2009) para entender a produção de conteúdos da plataforma e enxergar o potencial de seu alcance. Optamos por observar mais atentamente o canal Jout Jout Prazer e, sobretudo, o vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" e seus comentários.

Acreditamos na relevância do vídeo não só apontada pelo alto índice de engajamento, mas por propor discutir a temática racial no Brasil, questionando o que define a identidade negra e trazendo a possibilidade da análise de casos de racismo cordial, ponto primordial da nossa pesquisa.

### 3.1 A COMUNICAÇÃO NO CIBERESPAÇO

O termo "ciberespaço" é trazido por Gunkel (2001) em sua obra *Hacking Cyberspace*, como uma das mais controversas palavras da cultura contemporânea. Segundo o autor, o ciberespaço não se trata de uma tecnologia ou mesmo um

conjunto de tecnologias. Na intenção de ampliar o entendimento sobre este conceito, Gunkel (2001) apresenta diversas interpretações do ciberespaço, a começar pela ideia de William Gibson (1984), que o descreveu como uma "alucinação consensual", isto é, uma percepção ou visão criada artificialmente comum a uma específica comunidade de usuários. Já Featherstone e Burrows (1995 *apud* Gunkel, 2001), de certa forma, reiteram a ideia de alucinação consensual ao entender o ciberespaço como um aglomerado de tecnologias, algumas já familiares, outras recentes e algumas sendo desenvolvidas ou ainda no campo ficcional. Entretanto, para os autores, todas essas tecnologias têm a capacidade de simular ambientes em que humanos consigam interagir.

Embora apresente ideias que tratam o ciberespaço como uma espécie de fantasia coletiva, Gunkel (2001) ressalta que o termo de modo algum admite uma única visão ou definição. De acordo com o autor, desde a sua primeira aparição, o termo ciberespaço vem sendo tratado a partir de inúmeras e complexas designações. Como exemplos, Gunkel (2001) traz os pensamentos de Frank Biocca e Mark Lévy (1995), que entendem o ciberespaço como a *internet*, a realidade virtual e toda comunicação mediada por computador. Já autores como Howard Rheingold (1993), Mark Dery (1996), Steve Jones (1995), Rob Shields (1996) e Florian Rötzer (1998), segundo Gunkel (2001), enxergam o ciberespaço como um ambiente interativo criado pela fusão dos sistemas de comunicação e informação atuais e futuros. Para outros, como Nicholas Negroponte (1995), Mark Poster (1995) e Sherry Turkle (1995), o ciberespaço é inquestionavelmente contemporâneo, futurístico e até mesmo pós-moderno, enquanto para William Gibson (1984), Ziauddin Sardar e Jerome Ravetz (1996) e Zillah Eisenstein (1998), o ciberespaço compreende uma imagem sombria e distópica de hegemonia e colonização tecnológica. Em contraponto, para Gunkel (2001), há autores otimistas como Michael Benedikt (1993), Howard Rheingold (1993), Esther Dyson (1996) e John Perry Barlow (1997), para quem o ciberespaço apresenta novas possibilidades para a democracia, comunidades virtuais e cooperação global (GUNKEL, 2001).

Em sua interpretação, Gunkel (2001) entende que o ciberespaço não se limita a tecnologias, sejam elas já existentes, recentemente desenvolvidas ou ainda fictícias, mas compreende um vasto sistema de ideias, práticas, operações e expectativas não necessariamente vinculadas a questões tecnológicas. Em outras palavras, o ciberespaço não é apenas um produto da inovação tecnológica, mas

também o resultado da maneira como ele é tratado e discutido, seja através de novos desenvolvimentos de *softwares* de comunicação e tecnologia da informação ou de técnicas utilizadas para examiná-lo, como livros, dissertações, artigos acadêmicos, filmes, revistas, *sites*, entre outros. Suas diversas configurações e múltiplos significados faz com que o ciberespaço, para Gunkel (2001), não só esteja aberto a uma ampla variedade de disciplinas e abordagens, mas faz com que nenhuma área escape ao seu alcance, isto é, ninguém é capaz de evitar se tornar um "cidadão ativo do ciberespaço" (WOOLLEY, 1992 *apud* GUNKEL, 2001, p. 13).

Em seus estudos sobre o ciberespaço, Lévy (1999, p. 17) define o termo cibercultura como um "[...] conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço". Escobar (2000) entende de forma similar e associa o termo cibercultura a um amplo processo de construção sociocultural da realidade. Para o autor, os estudos de cibercultura estão diretamente relacionados a processos de construção e reconstrução cultural em que se baseiam as novas tecnologias.

Diante desse contexto de inovações tecnológicas e da expansão que a *internet* causou na capacidade de comunicação global, Castells (1999) propõe repensar a sociedade por meio de uma nova concepção, a sociedade em rede. Para o autor, as mensagens presentes na *internet* constituem um conjunto de nós que estão interconectados uns aos outros. A flexibilidade e adaptabilidade são características intrínsecas da rede e são elas que a tornam extremamente dinâmica e volátil. Turkle (1984) aponta o computador como a matriz material de certas ideias grupais, ou seja, os significados da computação para o indivíduo é modelado pelo grupo. Em suas pesquisas, a autora observou que, apesar de ser enxergado como um instrumento ou ferramenta, a maioria das pessoas elaboram uma relação com a máquina a ponto de estruturar a forma de pensar sobre si e sobre os outros de acordo com o mundo social em que elas e as máquinas se encontram (TURKLE, 1984).

Ainda sobre as redes, outra característica fundamental ressaltada por Castells (2009) é a compressão do espaço-tempo determinada pelas novas tecnologias. A conexão em tempo real aboliu distâncias e possibilitou uma comunicação local-global instantânea, ainda que seletiva. Fisher (2012) traz a visão da filósofa Marilena Chauí ao falar sobre a compressão do espaço-tempo. Para a filósofa,

nosso corpo é nosso modo fundamental de ser e estar no mundo, o que nos torna seres temporais. Ao nos depararmos com essa compressão entre o espaço e o tempo presente nas redes, nosso corpo se perde na atopia — ausência de espaço, de lugar — e na acronia — ausência de tempo, o que, para Chauí, caracteriza o mundo virtual: a ausência de tempo e de espaço (FISCHER, 2012). Essa ressignificação entre tempo e espaço remodelou relações sociais e, de certa forma, descentralizou o poder dos veículos de comunicação e informação. Parte essencial da comunicação que acontece no ciberespaço surge a partir das "mídias sociais", que podem ser entendidas como plataformas que permitem o compartilhamento de opiniões, ideias e acontecimentos, viabilizados por meio de textos, fotos ou vídeos (SIMOR, 2015). Além de possibilitar a intercomunicação e a troca de mensagens em escala global em tempo real, as mídias sociais são compreendidas como uma ferramenta que tornam públicas as redes. Shirky (2011) alimenta a discussão ao, de certa maneira, corroborar com a ideia de uma nova concepção de sociedade proposta por Castells (2010), mas questionando o conceito de ciberespaço. Para o autor, à medida que a tecnologia digital fica cada dia mais presente em computadores e telefones, a noção de ciberespaço começa a desaparecer, visto que as ferramentas de mídia social hoje não são mais uma alternativa para a vida real, mas parte dela (SHIRKY, 2011).

Assim como as mídias sociais, as redes sociais potencializam de maneira expressiva a nossa comunicação. Mas, antes de aprofundar o entendimento sobre as mídias e as redes sociais, considero fundamental desenvolver esses dois conceitos, entendendo em que se diferem e como se interseccionam.

Andreas Kaplan e Michael Haenlein (2010, p. 61, tradução nossa<sup>11</sup>) definem mídias sociais como "um grupo de aplicações baseadas na *Web* que representam as fundações tecnológicas e ideológicas da *Web 2.0*, permitindo a criação e o compartilhamento de conteúdo gerado pelo usuário". Telles (2011) complementa trazendo as comunidades criadas como outra característica marcante das mídias sociais. Segundo o autor, os fóruns compostos por críticas, opiniões e sugestões permanecem com suas mensagens armazenadas por tempo indeterminado, funcionando, inclusive, como fonte de pesquisa para ações de *marketing*. Já as redes sociais são definidas por Recuero (2009, p. 24) como:

---

<sup>11</sup> "a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content."



[...] um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A Abordagem de rede tem seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais nem suas conexões.

Simor (2015), por sua vez, considera as redes sociais como um dos seis tipos de mídias sociais por ela apresentados: Publicação (*Blogger* e *Wikipédia*); Discussão (*Skype*, *Google Talk*, *Messenger*, *Whatsapp*), Microblogs (*Twitter*); Jogos Sociais (*CaféMania*, *MiniFazenda*); **Redes Sociais** (*Facebook*, *LinkedIn*); e Troca de arquivos (*Flickr*, *Google Drive*, *Instagram* e *Youtube*).

Desse modo, ao passo que as redes sociais proporcionam o compartilhamento de conteúdo, elas têm como função primordial a conexão entre as pessoas. Já nas mídias sociais, o conteúdo se sobrepõe às relações interpessoais. Portanto, é possível entender que todas as redes sociais são mídias sociais, mas nem todas as mídias sociais são redes sociais.

De acordo com Gunkel (2014), a possibilidade de transmitir notícias em tempo real faz com que as mídias sociais sejam frequentemente creditadas como um fator contribuinte de ativismo social e transformações políticas, como a Primavera Árabe e os protestos de julho de 2013 no Brasil. Entretanto, o autor questiona uma possível leitura determinista tecnológica ao entender que, embora as mídias sociais sejam efetivas na organização de determinadas ações políticas e sociais, não há nada sobre essa tecnologia que cause ou determine tal resultado. Isto é, para Gunkel (2014, p. 03), "o aparente potencial de democratização da mídia social não produz necessariamente democracia".

### 3.2 A REVOLUÇÃO YOUTUBE

Apesar de ter sido desenvolvido com foco no conteúdo gerado por usuários e por estar categorizado por Simor (2015) como uma mídia social de troca de arquivos, o *YouTube*, que hospeda nosso objeto de estudo, é uma plataforma com recursos de *sites* de rede social. Um de seus fundadores, Jawed Karim, atribui o sucesso do *site* à implementação de quatro recursos essenciais: recomendações de vídeos por meio da lista de "Vídeos Relacionados"; um *link* de *e-mail* que permite o compartilhamento de vídeos; comentários (e outras funcionalidades inerentes a

redes sociais); e um reprodutor de vídeo que pode ser incorporado em outras páginas da *internet* (GANNES, 2006 *apud* BURGESS; GREEN, 2009).

Lançado oficialmente em junho de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do *site* de comércio *online* *PayPal*, o *YouTube* apresentava, à época, uma interface simples e integrada, que possibilitava ao usuário fazer *uploads* ilimitados, publicar e assistir a vídeos em *streaming*<sup>12</sup> (FIGURA 1). A plataforma permitia ainda a conexão a outros usuários como amigos, a possibilidade de comentar, de responder aos comentários, além de gerar URLs<sup>13</sup> e códigos HTML<sup>14</sup> que fizeram com que os vídeos fossem compartilhados em diversas plataformas e incorporados facilmente em qualquer modelo de *site*. (BURGESS; GREEN, 2009).

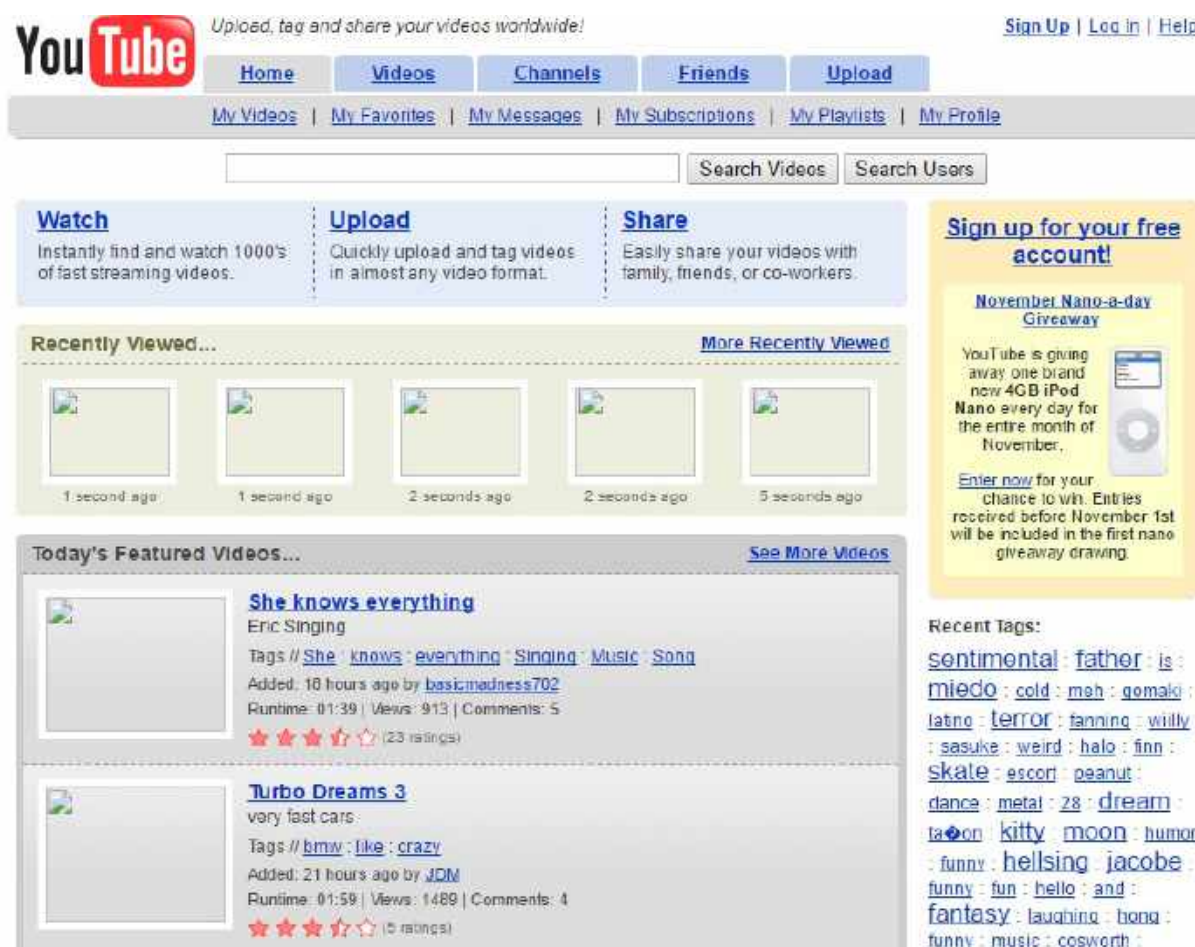
---

<sup>12</sup> Tecnologia que permite a transmissão de vídeos em tempo real.

<sup>13</sup> URL, sigla para *Uniform Resource Location*, endereço virtual.

<sup>14</sup> HTML, sigla para *HyperText Markup Language*, linguagem de marcação utilizada para a produção de páginas na *web*.

Figura 1 – Layout do YouTube em 2015



Fonte: Imgur. Disponível em: <<https://imgur.com/gallery/LjZXy>> Acesso em: 10 out. 2019.

Essa facilidade com que os vídeos eram disponibilizados logo repercutiu e gerou um crescimento rápido da popularidade do *site*. Em 2006 a revista *TIME* elegeu "você" (*you*)<sup>15</sup> como a "Pessoa do Ano"<sup>16</sup>, como forma de demonstrar o impacto social e o poder que cada usuário tinha nas mãos ao produzir seu próprio conteúdo *online*. A revista ainda destacou o *YouTube* como invenção do ano<sup>17</sup>, por acreditar que a plataforma conseguiu participar de três revoluções na *internet*: a transformação da produção de vídeos possibilitada pela popularização das câmeras digitais e *softwares* de fácil usabilidade; a força que deu a chamada *Web 2.0* – uma tendência definida através da maior participação dos internautas na produção de conteúdo *online*; e pela revolução cultural que permite a qualquer pessoa do mundo

<sup>15</sup> Disponível em <<https://time.com/4586842/person-of-the-year-2006-2016/>> Acesso em: 10 out. 2019.

<sup>16</sup> A pessoa do ano (*Person of the Year*) é uma prática adotada pela revista *TIME* desde 1927 e aponta a cada ano um nome ou um grupo considerado de grande relevância social para seu tempo.

<sup>17</sup> Disponível em <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>> Acesso em: 10 out. 2019.

divulgar conteúdo na *web* livremente. Sobre essa revolução, Shirky (2011, p. 50) complementa: “Se uma mudança na sociedade fosse facilmente compreendida de imediato, não seria uma revolução. E a revolução está, hoje, centrada no choque da inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público”.

Ainda em 2006, momento em que foi eleito a invenção do ano, o *YouTube* foi comprado pelo *Google Inc.* por 1,65 bilhão de dólares e, dois anos depois, já alcançava a marca de 85 milhões de vídeos hospedados (BURGESS; GREEN, 2009). Atualmente, a plataforma ocupa o segundo lugar no *ranking*<sup>18</sup> dos *sites* mais acessados do Brasil e do mundo, além de estar presente em 91 países e disponível em 80 idiomas, o que significa 95% do universo de usuários da *internet*. O número de usuários ultrapassa 1,9 bilhão que assistem diariamente mais de mil milhões de horas, gerando milhões de visualizações<sup>19</sup>.

Brugges e Green (2009) chamam a atenção para a restrição da maioria das pesquisas que tratam do *YouTube* como tema, pois se limitam a abordagens “concretas” da ciência social – geralmente a ciência da computação e a informática. Dessa forma, “tais abordagens se baseiam de modo expressivo nos recursos mais óbvios e acessíveis da arquitetura de informação do próprio *site*, preferindo quantidade em detrimento de gradações e complexidade.” (BRUGGES; GREEN, 2009, p. 25).

Em contrapartida, os autores destacam os estudos etnográficos de Patrícia Lange (2007), que:

[...] produziram uma série de constatações importantes sobre o funcionamento do YouTube como site de rede social para alguns participantes, bem como sobre a rica simplicidade das práticas comunicativas que acontecem por lá. Acima de tudo, seu trabalho insiste em nos lembrar da necessidade de considerar de maneira completa a experiência vivenciada e a materialidade da prática cultural cotidiana. Esse trabalho é importante porque nos impele a pensar sobre os usos do YouTube como parte do cotidiano das pessoas reais e como parte dos variados meios de comunicação que todos experimentamos em nossas vidas, e não como sendo um depósito de conteúdo intangível. Assim como milhões de outras pessoas, nós mesmos usamos o YouTube (BRUGESS; GREEN, 2009, p. 26).

<sup>18</sup> Fonte: *Amazon*, outubro de 2019 (Disponível em: <<https://www.invertexto.com/sites-mais-acessados/brasil>>. Acesso em 11 out. 2019).

<sup>19</sup> Informações extraídas do próprio site do *Youtube* (Disponível em: <<https://www.youtube.com/about/press/>>. Acesso em: 10 out. 2019).

Em sua própria página, na aba "sobre"<sup>20</sup>, o *YouTube* define sua missão como sendo a de dar voz a todos e mostrar-lhes o mundo, já os seus valores são definidos por quatro "liberdades essenciais": a) a liberdade de expressão, baseada em uma fala livre, na partilha de opiniões e do fomento ao diálogo aberto conduzido por novas vozes, formatos e possibilidades; b) liberdade de informação, proporcionando a todos um acesso simples e aberto à comunicação, acreditando na potência da educação para a construção de pontes e proporcionando a documentação de eventos mundiais de grandes ou pequenos portes; c) liberdade de oportunidade, em que todos tenham a chance de serem descobertos, construir um negócio e ter êxito em seus próprios termos, em que as próprias pessoas definam o que é popular; d) liberdade de pertença, acreditando que todos devam ser capazes de encontrar comunidades de apoio, quebrar paradigmas e unir-se através de interesses que têm em comum. (YOUTUBE, 2019)

Ainda que pregue a liberdade de criação e compartilhamento de vídeos, o *YouTube* possui diretrizes<sup>21</sup> que restringem alguns conteúdos. As regras são explícitas e mantidas sob um efetivo sistema de segurança, em que os próprios usuários consigam realizar denúncias ao identificarem algum tipo de conteúdo que viole essas regras: nudez ou conteúdo sexual; conteúdo prejudicial ou perigoso, como vídeos que incentivem pessoas a realizar ações que possam causar lesões corporais; incitação ao ódio; conteúdo explícito ou violento; assédio e *bullying* virtual; *spam*, metadados enganosos e golpes; ameaças; violação de privacidade; violação de direitos autorais; falsificação de identidade; e ameaça à segurança infantil.

Acreditando que, ao utilizar o *YouTube*, o usuário se une a uma comunidade de pessoas do mundo todo, a plataforma entende que cada recurso por ela disponibilizado envolve um determinado nível de confiança e de responsabilidade. Aliado a isso, o *YouTube* enxerga a tecnologia como fator determinante para essa liberdade, em que o ser humano consegue ter acesso hoje a tudo o que deseja, em qualquer hora e local, e que, em cada busca, as pessoas revelam um pouco do universo que existe dentro de si. O próprio *YouTube* reconhece que as pessoas não cabem mais em limites que estávamos acostumados a conhecer. No consumo de vídeos digitais a plataforma entende que os interesses de seus usuários se dividem

<sup>20</sup> Informações extraídas do próprio site do *Youtube* (Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-PT/about/>>. Acesso em: 10 out. 2019).

<sup>21</sup> Informações extraídas do próprio site do *Youtube* (Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/policies/#community-guidelines>>. Acesso em: 15 out. 2019).

em camadas e subcamadas infundáveis. Na busca por compreender melhor o perfil de seus usuários, no ano de 2018 o *YouTube* encomendou uma pesquisa<sup>22</sup> em que foram entrevistadas mais de 3 mil pessoas e analisados mais de 8 mil vídeos.

Conversamos com mais de 3 mil pessoas, analisamos mais de 8 mil vídeos e, como quem destila uma essência, chegamos a 4 motivações humanas. Elas são fundamentais para entender o que leva as pessoas a consumir conteúdos em vídeo. Em vez de entender o que as pessoas querem ver, analisamos o que as motiva a ver. Descobrimos que a busca por conteúdo em vídeo é guiada pela vontade de se relacionar com o outro e com o mundo. A vontade de identificação: descobrir-se e poder se construir a partir das infinitas possibilidades do que significa ser humano hoje (YOUTUBE, 2019).

As quatro motivações<sup>23</sup> humanas encontradas através da pesquisa do *YouTube* foram: a) entretenimento: 39% dos entrevistados afirmaram consumir vídeos por um desejo de dar uma pausa e experimentar todos os tipos de emoção; b) conhecimento: 30% assistem vídeos na intenção de ensinar e aprender com o outro; c) conexão: 22% dos consumidores possuem o desejo de fortalecer e expandir o contato com o mundo; e d) identidade: 9% buscam encontrar-se e construir-se a partir de quem está do outro lado da tela. São pessoas que, através dos vídeos, se descobrem, se inspiram e encontram representatividade, espaço e voz, formando comunidades a partir de afinidades, causas ou ideais (YOUTUBE, 2019). É nessa última motivação que estará baseada a análise do nosso trabalho.

As motivações pelas quais utilizamos ferramentas como o *YouTube*, para Shirky (2010), são antigas e intrínsecas aos seres humanos. Costumávamos desempenhar essas motivações na intimidade, a sós, com a família ou amigos, mas o elo entre as motivações e as ações privadas não eram intensos o suficiente para alcançar a esfera pública. Por encontrar dificuldades para ultrapassar as barreiras organizacionais, a maioria das pessoas simplesmente não se dava ao trabalho de tentar realizar coisas em público. Hoje as barreiras são pequenas o suficiente para que qualquer pessoa consiga buscar, publicamente, os que pensam de forma semelhante e de fato agir em conjunto em prol de transformação.

Turkle (1995) chama a atenção para o fato de que, ainda que ferramentas como o *YouTube* propiciem uma facilidade para se expressar e compartilhar pensamentos, por outro lado, há a possibilidade de proporcionar a "desculpa para

<sup>22</sup> Pesquisa realizada pela Provokers Brasil com resultados divulgados em agosto de 2018.

<sup>23</sup> Informações extraídas do próprio site do *Youtube* (Disponível em: <<https://youtubeinsights.withgoogle.com/introducao>>. Acesso em: 11 out. 2019).

serem irresponsáveis, a se expressar criativamente de modo que, noutra contexto, seria reprimidas" (TURKLE, 1995, p. 319).

É através dessa liberdade de expressão e autonomia na produção de conteúdos que se apresenta uma das maiores características do *YouTube*, segundo Burgess e Green (2009). Para os autores, cada usuário da plataforma apresenta seus propósitos e objetivos transformando-o em um sistema cultural dinâmico e construído de maneira coletiva, o que faz do *YouTube* um *site* de cultura participativa.

A cultura participativa é definida por Jenkins (2009) como um fenômeno atravessado pela criação e compartilhamento de conteúdos entre os consumidores de produtos midiáticos, motivados pela crença de espírito de comunidade e de interdependência entre as contribuições desses consumidores. Shirky (2010, p. 15) elabora esse pensamento destacando como o bom aproveitamento do tempo livre coletivo pode ser potente socialmente:

As pessoas que perguntam "Onde eles encontram tempo?", referindo-se aos que trabalham na Wikipédia, não compreendem como todo aquele projeto é minúsculo em relação ao tempo livre coletivo que todos possuímos. Algo que torna a era atual notável é que podemos agora tratar o tempo livre como um bem social geral que pode ser aplicado a grandes projetos criados coletivamente, em vez de um conjunto de minutos individuais a serem aproveitados por uma pessoa de cada vez.

Além do conceito da cultura participativa, que nos ajuda a compreender de que forma e por quem são criados os conteúdos do *YouTube*, considero pertinente trazer também a perspectiva de quem recebe esses conteúdos. Castells (2009), diante do cenário da sociedade em rede, entende que, ao incluir e excluir, ao estabelecer regras, padrões e moldar os pensamentos das pessoas através do discurso, a comunicação passou a ser a maior forma de exercer o poder na sociedade. A essa comunicação capaz de influenciar todas as práticas sociais através da interatividade e da capacidade de transmitir mensagens de muitos para muitos a qualquer tempo, Castells (2009) dá o nome de autocomunicação de massas.

Diretamente ligada à tecnologia da banda larga, a autocomunicação de massas tem como principal característica o compartilhamento de informações que possuam um alcance global, o que significa que, segundo Castells (2009), fazer o *upload* de um vídeo no *YouTube* é praticar a autocomunicação de massas. Ainda de

acordo com o autor, é possível observar os impactos da autocomunicação de massas em meios de comunicação tradicionais, como a TV, o rádio e o jornal.

Primo (2013), por outro lado, alerta para a necessidade de olhar atentamente para essa forma de comunicação que entendemos como massiva. Para o autor, apesar da massa ser comumente tratada como um conjunto imensurável de pessoas, ela deve também ser pensada para além das suas bases tecnológicas, do simples dimensionamento do tamanho da audiência e das suas condições de produção (como o processo industrial de grandes emissoras televisivas) e do sistema de circulação (com transmissão linear). Para Primo (2013), a massa deve ser analisada, sobretudo, sob as condições de recepção. Em outras palavras, ainda que um meio de comunicação seja capaz de alcançar grandes audiências, isso não quer dizer que, de fato, ela será alcançada. É preciso investigar as interações, as associações, e não simplesmente o recurso tecnológico dos meios de comunicação. Isso quer dizer que vincular necessariamente um meio, como a televisão, a apenas um nível midiático seria equivocado.

Encarar o *YouTube* como um substituto da TV seria uma ideia simplista, porém, por serem veículos de conteúdo fundamentalmente audiovisual, torna-se pertinente olhar para ambos a fim de entender melhor a transformação do consumo desse conteúdo. Uma pesquisa<sup>24</sup> trazida por Shirky (2010) aponta que, pela primeira vez na história, alguns grupos jovens estão vendo menos TV do que os mais velhos. O autor aponta que diversos estudos realizados entre estudantes do ensino médio, usuários de banda larga e do *YouTube* registraram essa mudança. Os dados mostram ainda que, mesmo ao assistirem conteúdos *online*, o que para o autor seria uma mera variação da TV, os jovens têm a oportunidade de comentar o material, compartilhar, rotular, avaliar ou classificar, além de poder discutir o conteúdo com outros espectadores de todo o mundo. Ou seja, mesmo estando ocupados em ver TV os jovens estão também ocupados uns com os outros, o que para Shirky (2010, p.16) demonstra que esse "entrosamento se correlaciona com comportamentos que não são os do consumo passivo".

---

<sup>24</sup> Fonte: The Hollywood Reporter, dezembro de 2008. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/news/study-young-people-watch-tv-124606>>.



O *YouTube* traz dados mais precisos sobre os números de vídeos assistidos na *web* e na TV. Segundo dados fornecidos pelo próprio *site*<sup>25</sup>, 80% dos brasileiros desejam exclusividade e buscam conteúdos que não estão na TV, o que justifica o crescimento de 135% do número de vídeos assistidos na *web* contra 13% na TV nos últimos 4 anos. A pesquisa ainda aponta que as pessoas preferem 7 vezes mais o *YouTube* à TV paga, 5 vezes a à TV aberta e 7 vezes mais preferem o *YouTube* em relação à outras redes sociais, o que torna a plataforma favorita para assistir vídeos em todas as faixas etárias.

Consideramos importante pontuar que não estamos falando aqui dos dispositivos eletrônicos, mas dos meios de comunicação em si. Como bem pontua Primo (2013, p. 12), cada dispositivo se associa a certas situações: "o *smartphone* não substituirá o computador e a TV, nem tampouco as situações inversas são verdadeiras. Por outro lado, cada vez mais os meios remediaram uns aos outros, incorporando características dos anteriores e de seus sucessores".

Apesar da facilidade e da liberdade proporcionada pelo *YouTube* aos criadores de conteúdo, é importante salientar que, mesmo não apresentando um fluxo de programação planejado como a televisão, a plataforma mantém o controle sobre os vídeos que chegam aos usuários. Os algoritmos próprios do *YouTube* realizam uma seleção dos conteúdos a serem apresentados na página inicial e na ferramenta de busca, levando em consideração não só o que já foi consumido anteriormente pelo usuário no ambiente da plataforma mas também o que já foi buscado no *Google*, por exemplo, já que o *YouTube* faz parte desse sistema (CORUJA, 2017). Ainda que o usuário sinta que possui o controle sobre o conteúdo que assiste, suas escolhas são fortemente guiadas por sistemas de referências, funções de busca e mecanismos de classificação (DJICK, 2013 *apud* CORUJA, 2017).

Um desses mecanismos de classificação parte não só de quem está assistindo o conteúdo, mas também de quem o produz. Ao fazer o *upload* de um vídeo, a plataforma solicita que o usuário classifique seu conteúdo em alguma das categorias previamente disponibilizadas. Existem quinze categorias de vídeos no *YouTube*: filme e animação; automóveis; música; animais; esportes; viagens e eventos; jogos; pessoas e blogs; comédia; entretenimento; notícias e política;

---

<sup>25</sup> Fonte: Pesquisa Video Viewers Google/Provokers, Brasil, agosto de 2018. Disponível em: <<https://youtubeinsights.withgoogle.com/introducao>>.

instruções e estilo; educação; ciência e tecnologia e; sem fins lucrativos. As categorias são importantes não só para a plataforma entender que tipo de conteúdo está sendo produzindo e entregá-lo para os potenciais consumidores, mas também para que ela consiga direcionar os anúncios de marcas para vídeos que conversem com aqueles produtos (COUTINHO, 2017).

Consideramos a categoria "pessoas e blogs" como a de maior relevância para o nosso trabalho devido à particularidade dos conteúdos que são, em sua essência, pessoais, isto é, gerados em sua maioria por usuários que estão fora de grandes estruturas empresariais. A maioria desses vídeos é realizada em primeira pessoa, além de os próprios criadores serem protagonistas e exporem suas opiniões, ideias e rotinas em um formato que Burgess e Green (2009) definem como "cultura do quarto". Para os autores, esses vídeos são importantes para pensar a retórica do *YouTube*, já que a publicização desses usuários acontece nesses espaços semiprivados.

### 3.3 VLOGS E YOUTUBERS: A COMUNICAÇÃO EM PRIMEIRA PESSOA

O tipo de produção audiovisual que esses usuários realizam tem sido denominada de *vlog*, uma menção aos *blogs* (diários virtuais) em forma de vídeo que são postados na *web*. Nas palavras de Salgado (2013, p. 103):

O termo blog nomeia uma prática de exposição da intimidade que remonta aos diários íntimos de papel, redigidos por seus donos, aos quais, somente eles teriam acesso. Em forma de pequenos textos, chamados posts, os usuários podem dar a ver na web um relato individual de suas vidas cotidianas e que chama a curiosidade de outros em função do "segredo" que conteriam, bem como do caráter de confissão e desabafo que apresentam.

Enquanto os *blogs* apresentavam um possível ambiente de anonimato, em que havia apenas o texto para ser lido, os *vlogs* trazem a imagem da pessoa, diante da câmera, o que, inevitavelmente, acaba agregando veracidade e autenticidade àquele conteúdo (CORUJA, 2017). Essa é uma das características mais marcantes desses tipos de vídeos, o que, de certa forma, aproxima o produtor do consumidor, gerando uma ideia de intimidade. Turkle (2011) entende que esse tipo de performance traz uma sensação de pertencimento, em que se criam amigos virtuais em torno de uma comunidade. Para a autora, é mais comum as pessoas se sentirem confortáveis em um lugar "irreal do que no real, porque elas sentem que, na

simulação, elas revelam seu melhor e talvez mais verdadeiro eu (TURKLE, 2011, p. 212).

Há, para Goose (2015 *apud* CORUJA, 2017), características fundamentais envolvidas na produção de *vlogs*: o lugar de fala, destacando a importância da verdade por trás da experiência; a possibilidade de olhar a audiência, visto que o produtor olha diretamente para a câmera; o plano americano como principal enquadramento; a ausência de perfeição técnica, seja da imagem ou do áudio; e o curto tempo de duração do vídeo, com elementos visuais comuns.

Ao realizar uma análise dos conteúdos dos *vlogs* brasileiros, Amaro (2012 *apud* CORUJA, 2017) consegue definir quatro categorias: a) autobiográfico, categoria mais próxima do que se entende por *vlog*; b) memorial, que utilizam conteúdos externos como base (filmes, notícias, esportes, games); c) informativo, em que o objetivo é transmitir informações de uma determinada área, como *vlogs* de moda, beleza, culinária, etc.; e d) artístico/cômico, no qual há uma performance intencional.

É comum associarmos o termo *youtuber* a quem cria conteúdo no *YouTube*, principalmente conteúdos pessoais, como é característico aos *vlogs*. Com a popularização desse formato os *Youtubers* passaram a exercer grande influência sobre seus seguidores<sup>26</sup> e desenvolver estratégias de crescimento, engajamento e presença *online* e *offline*. Além da influência que exercem em determinados nichos de consumidores, conseguimos identificar também que a maioria dos *youtubers* é responsável pelo seu próprio conteúdo. Isso quer dizer que eles mesmos roteirizam, filmam, editam, postam e divulgam seus vídeos. Além disso, os *youtubers* buscam manter uma periodicidade na postagem dos conteúdos, criando uma certa fidelidade com seus seguidores. É importante destacar que esse engajamento criado entre *youtubers* e seguidores se dá por essas estratégias, mas principalmente pelo vínculo afetivo que se forma a partir de afinidades com as temáticas, abordagens, posturas e nível de publicização da intimidade que os *youtubers* apresentam em seus canais. A comunicação faz parte da essência desse sistema, mas todas essas ações estão diretamente ligadas ao fato de o *YouTube* possibilitar a monetização de seus vídeos, isto é, permitir o ganho de dinheiro através de anunciantes.

---

<sup>26</sup> O *YouTube* oferece a cada usuário a possibilidade de se inscrever em seus canais favoritos. A esses inscritos, nos referimos como seguidores.

Além de permitir a veiculação de anúncios no início dos vídeos e, às vezes, no meio deles, o próprio *YouTube*, através de um sistema integrado ao *Google AdSense*<sup>27</sup>, proporciona ao *youtuber* uma determinada quantia de dinheiro baseada principalmente no número de visualizações dos vídeos.

A partir desse sistema que se retroalimenta, os *youtubers* passam a ter a plataforma como um recurso para exercer seu trabalho. O criador de conteúdo que antes poderia aparecer numa posição de certo amadorismo é visto agora como um profissional e trabalha com todas as possibilidades que o *YouTube* oferece.

A depender do seu crescimento e popularidade, é um caminho usual o *youtuber* extrapolar as barreiras da plataforma e passar a atuar também fora dela. Além de construir perfis em redes sociais (*Instagram, Twitter, Facebook*) que geram conteúdo distinto, mas que, ao mesmo tempo, levam o consumidor ao produto final – o vídeo –, é comum encontrarmos casos de *youtubers* que lançam livros, ministram palestras, fazem participações em conteúdos da TV e cinema e concedem entrevistas a revistas e jornais, por exemplo. Esse é o caso da Jout Jout.

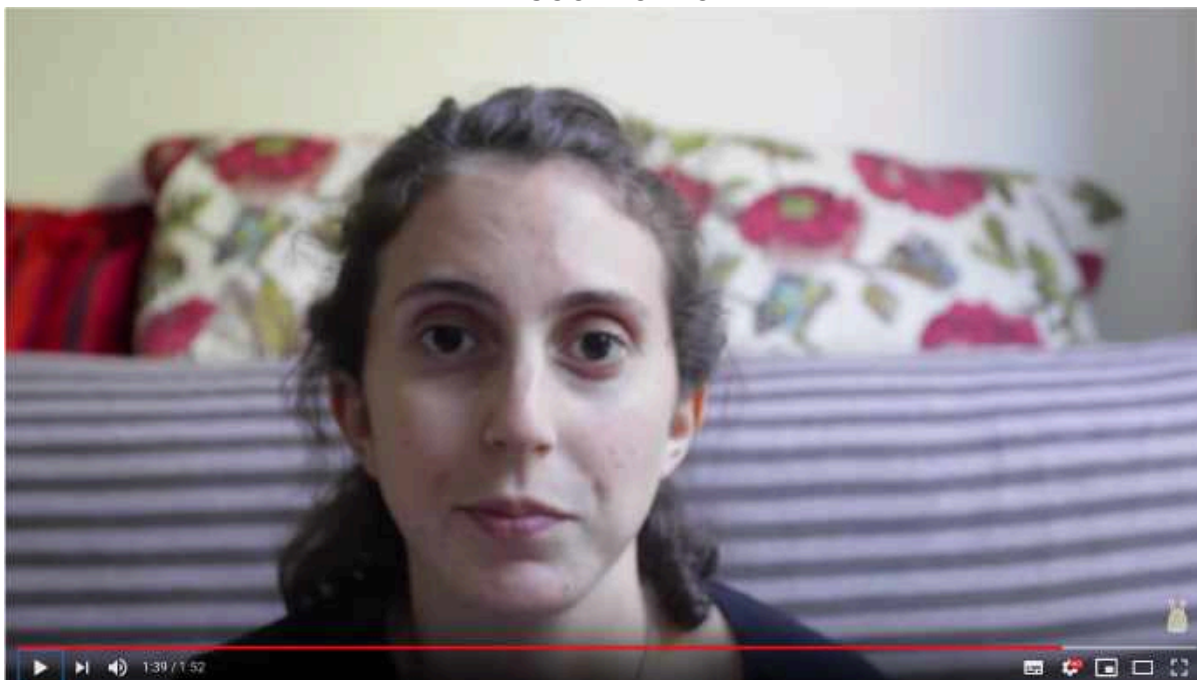
### 3.4 JOUT JOUT PRAZER

Nascida em março de 1991, Júlia Tolezano da Veiga Faria, também conhecida como Jout Jout, publicou seu primeiro vídeo no *YouTube* em 12 de maio de 2014. O vídeo que tem a duração de 1'52" traz Júlia em seu quarto olhando diretamente para a câmera, falando com ela mesma, mas também com quem está assistindo (FIGURA 2). Além disso, nota-se que o vídeo de curta duração não se utiliza de recursos técnicos profissionais. Trata-se de um exemplar da "cultura do quarto", trazida por Burgess e Green (2009), e encaixa-se à definição de *vlog* citada acima por Amaro (2012 *apud* CORUJA 2017).

---

<sup>27</sup> Serviço de publicidade oferecido pelo Google, em que o lucro é gerado a partir do número de cliques e visualizações.

Figura 2 – *Frame* do primeiro vídeo de Jout Jout: "EXPRESSÃO MÁXIMA DO DESCONFORTO"



Fonte: YouTube.

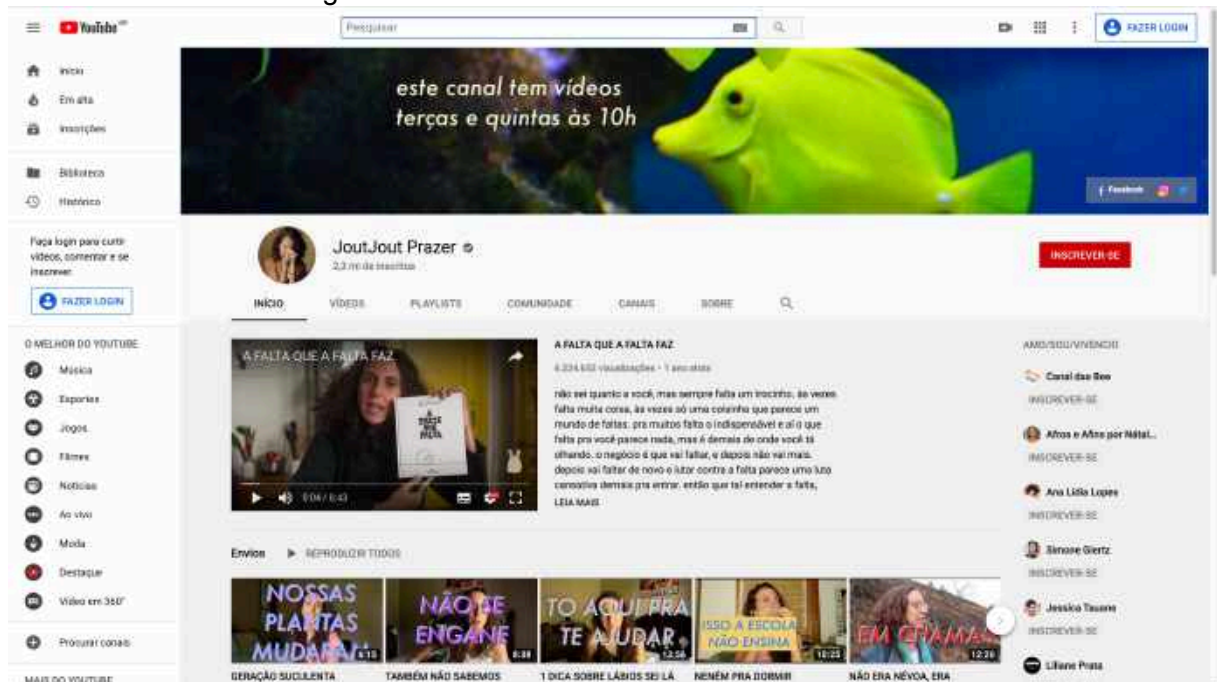
Intitulado "EXPRESSÃO MÁXIMA DO DESCONFORTO"<sup>28</sup>, o primeiro vídeo de Júlia é feito com recortes de uma aparente tentativa da *youtuber* de desenvolver um tema. Por ser seu primeiro vídeo, ela deixa transparecer a insegurança e o desconforto em estar falando diante de uma câmera, de modo que o finaliza demonstrando clara insatisfação com o resultado, já que, segundo a *youtuber*, não escreveu um roteiro previamente.

Passados cinco anos da postagem do seu primeiro vídeo, Jout Jout continua sem escrever os roteiros, mas tornou-se uma das *youtubers* mais populares do Brasil (RODROL; FINCO, 2016), com cerca de 2,3 milhões de seguidores no seu canal, no qual seus 524 vídeos<sup>29</sup> contam com 284.758.507 visualizações<sup>30</sup> (FIGURA 3). No canal chamado "Jout Jout Prazer", Júlia não se restringe a uma temática específica, mas foi através de vídeos que abordam a causa feminista, o corpo e a sexualidade da mulher que ela ultrapassou as barreiras do YouTube e ganhou visibilidade em outras mídias.

<sup>28</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1LQj7Rua-v4>>. Acesso em: 11 out. 2019.

<sup>29</sup> Informação colhida em: 23 out. 2019.

<sup>30</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer/about>>. Acesso em: 23 out. 2019.

Figura 3 – *Printscreen* do canal Jout Jout Prazer

Fonte: *YouTube*.

O primeiro vídeo a gerar grande repercussão chama-se "NÃO TIRA O BATOM VERMELHO" (FIGURA 4). Ele foi postado em fevereiro de 2015, ainda em formato de *vlog*. No vídeo Júlia elenca características de relacionamentos abusivos reunidas através de sua própria vivência e de testemunhos de outras mulheres, a fim de despertar a atenção das pessoas que sofrem ou que conhecem alguém que sofra esse tipo de abuso. O vídeo, que hoje conta com 3.687.699 visualizações e 5.886 comentários, foi um marco para o canal e alçou Júlia para outras mídias como porta voz da causa feminista.

Figura 4 – *Frame* do vídeo "NÃO TIRA O BATOM VERMELHO"



Fonte: *YouTube*.

No ano de 2015, Júlia foi convidada pelo TED<sup>31</sup> para falar sobre a comunicação pela *internet* e contar a história por trás do vídeo "NÃO TIRA O BATOM VERMELHO". Na palestra<sup>32</sup> ela ressalta a importância do *Youtube* como ferramenta de comunicação:

Eu estava um dia no metrô e veio uma mocinha, e me para, e começa a me agradecer chorando porque eu tinha ajudado uma grande amiga dela a pedir divórcio. E aí, se você for olhar no meu canal, na verdade é uma grande bagunça, super desleixado, não tem nenhuma grande produção. Na verdade meus equipamentos são: uma câmera, um tripé, de vez em quando meu namorado segura uma toalha branca que a gente tem lá em casa pra servir de rebatedor de luz, mas fora isso, nada demais. E mesmo assim, mesmo com nada demais, uma mocinha me parou no metrô. E aí, você percebe que não precisa de grandes produções pra você falar com as pessoas, pra você tocar as pessoas profundamente, a ponto delas quererem tirar alguma mudança pra vida delas. (JOUT, 2015)

Em 2016 Júlia lançou pela editora Companhia das Letras seu primeiro livro, intitulado "Tá todo mundo mal: o livro das crises", em que a autora relata em pequenas crônicas várias crises vividas desde a sua infância até a juventude. Em uma de suas crônicas Júlia fala um pouco da sua experiência profissional antes de se tornar *youtuber*:

<sup>31</sup> O TED é uma organização sem fins lucrativos que, desde 1984, promove palestras de curta duração na intenção de partilhar ideias que abrangem diversos tópicos – da ciência aos negócios e questões globais – em mais de 100 idiomas.

<sup>32</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zbklmGWtyK0>>. Acesso em: 23 out. 2019.

Eu nunca fui chamada por causa da minha incrível qualificação profissional, meus diplomas e referências. Eu era chamada depois de um bate-papo descontraído do qual a pessoa saía pensando *ah, vai ser divertido ter essa menina pelo escritório*. É lógico que isso sempre resultava em eu sair do emprego meses depois, porque não tinha qualificação ou paciência para o trabalho. Mas acabei resolvendo esse probleminha ao criar meu próprio emprego: ser uma boa amiga, que dá conselhos esquisitos e faz as pessoas felizinhas. Com vídeos. Na internet (JOUT, 2016, p. 75).

Além do livro, Júlia acumula em sua trajetória de *youtuber* colunas mensais na revista Cosmopolitan, uma capa na revista Glamour, entrevistas cedidas a Jô Soares, Marília Gabriela e Marcelo Tas, participações em programas de TV, como o Metrôpolis, da TV Cultura, e Amor e Sexo, da TV Globo, além de vídeos no canal da GNT e inúmeras presenças em eventos e palestras que abordam a produção de conteúdo na internet.

A visibilidade em grandes veículos de comunicação aliada ao elevado número de seguidores são fatores inegáveis da sua influência digital, mas é importante olharmos atentamente para a relação que Júlia construiu ao longo dos anos com seus seguidores, a quem ela chama de "Família Jout Jout".

Por trazer em muitos de seus vídeos temáticas ainda consideradas tabus, a sessão de comentários se transformou em uma extensão do conteúdo produzido por Júlia. Seus seguidores não só possuem um relevante engajamento mas também colaboram para construir debates acerca do conteúdo postado. É comum encontrarmos comentários de seguidores com respostas de outros seguidores, gerando uma caixa de diálogos que se constrói de uma forma autônoma aos vídeos.

No histórico do canal também é possível encontrar uma espécie de influência inversa, ou seja, quando os seguidores, através dos comentários, conseguem influenciar a *youtuber*. Um exemplo significativo desse processo pode ser visualizado em um comentário deixado pela própria Jout Jout no vídeo "EXPLICANDO AUSÊNCIAS"<sup>33</sup>, postado em julho de 2015. No vídeo, Jout Jout fala sobre a ausência de sua cachorra chamada Margot, que, até então, costumava aparecer em seus vídeos. A *youtuber*, em tom de desagrado, alega que, por estar no cio, a cachorra passa a maior parte do tempo fora de casa, interagindo com outros cães. Nos comentários, seus seguidores questionam o porquê de a cachorra não ser castrada, alertando para os benefícios que isso traria para a sua saúde. Cerca de

<sup>33</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=wUO\\_S3bZ4\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=wUO_S3bZ4_Y)>. Acesso em: 23 out. 2019.



um mês depois da postagem, Jout Jout postou outro vídeo<sup>34</sup> em que mostra o processo de castração realizado em Margot. Na área de comentários do vídeo em que seus seguidores estimularam a castração, Jout Jout respondeu:

Família amada, eu recebo emails e mensagens diariamente com agradecimentos infintos porque eu ajudei vocês de alguma forma, e não sei se fica claro mas esse fenômeno é totalmente recíproco. Eu, que tinha pavor de críticas e por isso comecei toda essa bagunça, descobri com vocês que críticas podem ser uma ferramenta maravilhosa [...] Por causa de vocês me descobri feminista, por causa de vocês descobri o quão séria e preocupante pode ser "a arte de puxar o cabelo", e agora por causa de vocês vi o quanto é importante castrar a Margot, coisa que nunca fiz até hoje porque tenho um medo horrível dela morrer no processo. Aí mais um tabuzinho a ser quebrado... (JOUT, 2015)

Apesar de ter a sua imagem nos vídeos e de dar nome ao canal, Jout Jout não produz seus vídeos sozinha. Como já pudemos observar na fala da *youtuber* no TED, que expusemos anteriormente, seu ex-namorado<sup>35</sup> (à época da palestra, atual) também contribui até hoje de forma ativa na produção de conteúdo do canal.

### 3.5 CAIÃO QUER CONVERSAR: QUESTIONAMENTOS SOBRE IDENTIDADE DE RAÇA NO BRASIL

Foi Caio Franco, seu ex-namorado, quem deu o apelido de Jout Jout a Julia e a acompanhou desde o primeiro vídeo. Caio, que é formado em cinema, esteve nos dois primeiros anos do canal atrás das câmeras, ajudando tecnicamente na produção dos vídeos. Entretanto, sua participação não se limitou à técnica. Em muitos vídeos é possível escutar a voz de Caio por trás da câmera interagindo com a *youtuber*. Sua participação foi ativa, capaz de intervir nos próprios conteúdos dos vídeos e gerar a admiração por parte dos seguidores do canal à sua personalidade e, principalmente, a curiosidade, visto que a imagem de Caio não existia para o espectador.

Caio foi o responsável por escrever o prefácio do livro de Jout Jout "Tá todo mundo mal". Nas primeiras páginas, ele relata sobre o surgimento do canal, a escrita do livro e deixa explícita a sua participação durante esses processos:

[...] Julia veio com a ideia de criar um canal no YouTube. Segundo ela, havia dois objetivos nessa empreitada: 1) matar a saudade de Tila, sua

<sup>34</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nrZ4ySPMFwM>>. Acesso em: 23 out. 2019.

<sup>35</sup> Caio e Jout Jout anunciaram o término do relacionamento através de um vídeo publicado no dia 20 de dezembro de 2016, entretanto, os dois mantêm a parceria profissional no canal até os dias atuais.

melhor amiga, que estava morando fora [...]; 2) lidar com o medo de críticas. [...] O canal ajudou, e muito, Julia a lidar com críticas. Afinal, não é nada fácil expor sua cútis para diversas pessoas na internet. Não é fácil ler "feminista de merda", "que lixo" [...] entre outras expressões que designam o desinteresse pelo conteúdo e/ou pessoa no vídeo. Porém, junto a isso também vieram (e vieram primeiro!) os "maravilhosa!", "ótimo vídeo, morri de rir"[...] Ela aprendeu, na prática, que é impossível agradar todo mundo. [...] Foi um imenso prazer estar ao lado de Julia durante todo esse processo. [...] Espero que as histórias dela impulsionem em vocês o mesmo que em mim: muitas reflexões e muitas risadas. (FRANCO, 2016)

A participação de Caio no canal, mesmo por trás da câmera, foi tamanha a ponto de os seguidores começarem a elaborar vários questionamentos nos comentários dos vídeos em que ele eventualmente se colocava. Informações sobre sua vida profissional, sobre a relação dos dois, sobre o fato de Caio nunca aparecer em frente à câmera foram alguns desses questionamentos. As dúvidas geraram uma série do canal chamada "CAJOUT RESPONDE", em que Júlia e Caio, ainda por trás da câmera, respondem às perguntas enviadas pelos seguidores. Ao todo foram nove vídeos da série "CAJOUT RESPONDE", sendo o primeiro<sup>36</sup> publicado em 09 de dezembro de 2014 e o último<sup>37</sup> em 28 de setembro de 2017. O mais recente foi publicado após o término do relacionamento do casal.

Do primeiro vídeo do canal em 2014 até o dia em que Caio, finalmente, apareceu diante da câmera, em maio de 2016, houve inúmeros comentários com especulações sobre sua imagem, sua aparência e sobre o motivo pelo qual ele não aparecia nos vídeos. A curiosidade dos seguidores era tamanha que chegou a ser abordada de maneira cômica por Caio e Jout Jout, transformando o mistério em piada e até em pauta para um concurso<sup>38</sup>, em que os 100 melhores desenhos de Caio, enviados pelos seguidores, ganhariam cupons de desconto em um *site* de hospedagens (FIGURAS 5 e 6).

<sup>36</sup> Disponível em: <<https://youtu.be/xEkM4Aim8z0>>. Acesso em: 23 out. 2019.

<sup>37</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ChOTlnQZ4uU>>. Acesso em: 23 out. 2019.

<sup>38</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=UtTjS\\_993TM](https://www.youtube.com/watch?v=UtTjS_993TM)>. Acesso em: 23 out. 2019.

Figura 5 – *Frame* do vídeo "JOUTJOUTBA RESPONDE"<sup>39</sup> em que Júlia faz um desenho de Caio a pedido de um seguidor



Fonte: YouTube.

Figura 6 – Um dos 100 desenhos de Caio enviados pelos seguidores



Fonte: YouTube.

Em meio a tantas especulações sobre sua aparência, em dezembro de 2015 algumas fotos de Caio começaram a circular pela *internet*. Ricardo Laranja, um dos autores da coluna "Nada Errado", hospedada no *site* Medium.com, que aborda

<sup>39</sup> Disponível em: < <https://youtu.be/ISpaty77bIU> >. Acesso em: 23 out. 2019.

temas ligados à causa LGBT, questões raciais e cultura pop, fez uma coletânea de alguns comentários<sup>40</sup> realizados após a visualização da foto de Caio.

Em seu texto "O namorado negro da Jout Jout e o racismo nosso de cada dia", Laranja (2015) destaca a surpresa das pessoas ao constatarem que a cor da pele de Caio era diferente do imaginado por elas. Eis os comentários transcritos por Laranja (2015): "Não imaginava que Caio era negro"; "Imaginava um cara meio gordinho, branquinho, com barba"; "Prefiro não acreditar nisso. Vou esquecer essas imagens e fingir nunca tê-las visto"; "Caraca, imaginava o Caio totalmente diferente"; "É um negão. Jout Jout gosta de salame extra G. Parabéns Jout Jout"; "Caio na minha imaginação é loiro, de olhos azuis e musculoso"; "Será? Na minha mente Caio é Branco. Mas ele é um metamorfo, a cada vídeo ele muda".

Além de chamar a atenção para a surpresa dos usuários em relação à cor da pele de Caio, Laranja (2015) também sugere que a sociedade está acostumada a "pensar em branco":

Quando alguém diz "imagine um homem bonito", você imagina um homem branco. (...) Esse é o nosso padrão. A menos que descrevamos alguém como negro, você não imagina que essa pessoa seja negra. (...) Não estamos acostumados a construir imagens de negros na nossa mente, a menos que isso seja apontado. Nossos padrões pré-estabelecidos são brancos. Nossos ideais de beleza são brancos. A imagem do negro precisa ser descrita, mais como uma forma de diminuir a pessoa do que qualquer outra coisa. (LARANJA, 2015)

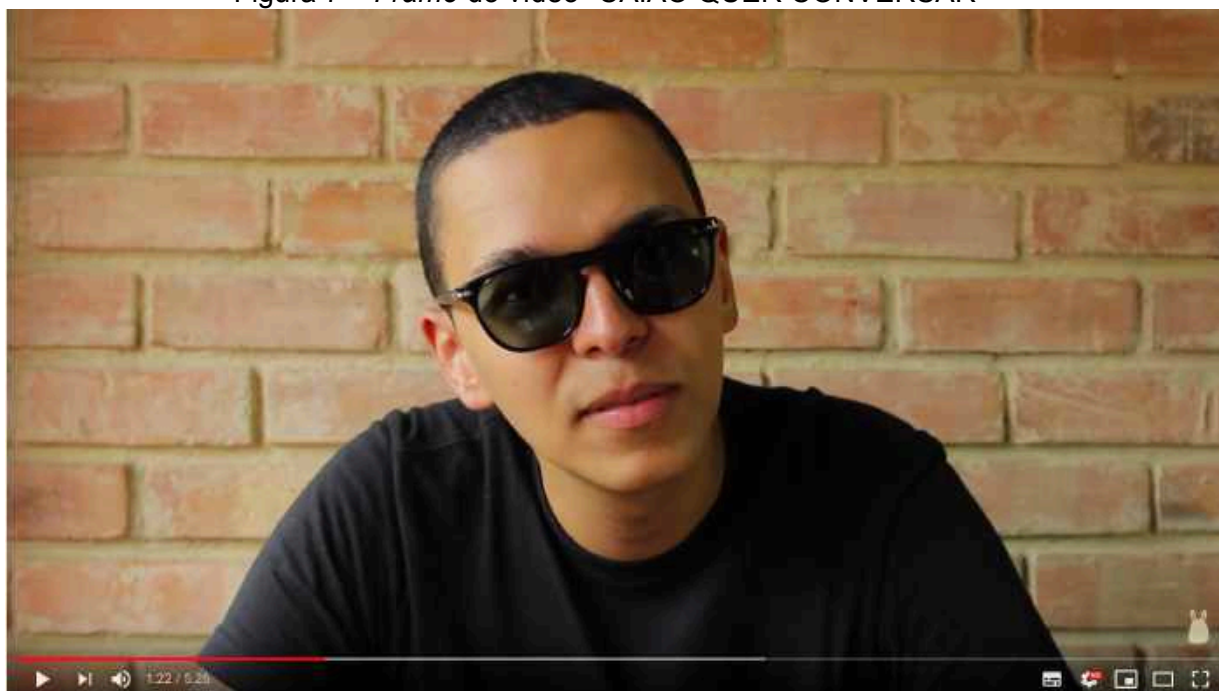
O vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" foi publicado no dia 05 de janeiro de 2016, tem duração de 5'26", possui 1.519.136 visualizações e 10.276 comentários (FIGURA 7). Esse é o primeiro registro da imagem de Caio no canal Jout Jout Prazer. A motivação para fazê-lo, como declara Caio no próprio vídeo, foi a repercussão do texto escrito por Laranja (2015).

Segundo o depoimento de Caio no vídeo analisado, após suas fotos circularem e os comentários racistas surgirem, duas opiniões predominaram entre as pessoas que comentavam o caso diretamente com ele. O primeiro grupo mostrou-se empático a Caio, demonstrando apoio e condenando qualquer tipo de racismo, enquanto o segundo grupo também recriminava as atitudes racistas, mas, ao mesmo tempo, demonstrava não compreender a polêmica, visto que não o reconheciam como negro. De acordo com Caio, muitas dessas pessoas do segundo

<sup>40</sup> Ricardo Laranja foi contatado na intenção de referenciarmos a mídia em que foram colhidos os comentários, entretanto, o autor não conseguiu se recordar, alegando que o texto foi escrito há quatro anos atrás.

grupo aparentavam "tentar protegê-lo de ser negro" (FRANCO, 2016).

Figura 7 – *Frame* do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR"



Fonte: YouTube.

Ressaltando a diferença das percepções de cada indivíduo sobre a sua negritude, no vídeo Caio relembra quando, em um trabalho, teve a oportunidade de conviver com estadunidenses que o compararam fisicamente ao ex-presidente Barack Obama. Já seu padrasto, nascido na Guiné Bissau, demonstrou não compreender a polêmica em torno da cor da pele de Caio pois, para ele, era óbvio que Caio não era negro.

Ao ser questionado por uma amiga declaradamente negra se já havia sofrido algum tipo de racismo antes da circulação das fotos, Caio (2016) levanta outros questionamentos:

(...) para ser negro no Brasil é preciso ter sofrido racismo de alguma forma? Quem decide isso? É o americano porque fala que sou parecido com Barack Obama ou é o marido da minha mãe que veio da África e fala que eu não sou negro? São os meus dois avôs negros que se casaram com minhas duas avós brancas? São meus traços, meu cabelo? Ou é o fato de eu ter sofrido racismo, ou não? Ou sou eu que decido, como é que é isso?

Em meio a tantas dúvidas, Caio diz imaginar que, da mesma forma que ele não teve oportunidade de conversar e debater sobre sua cor anteriormente, muitas pessoas também devem estar nesse lugar, principalmente sendo o Brasil um país que se diz miscigenado, mas que apresenta tantos casos de preconceito racial.

Para validar sua hipótese, no vídeo Caio recorre ao censo de 2010 do IBGE, no que se refere à composição étnica no Brasil. Os dados apresentados por Caio apontam que 7,52% dos brasileiros se consideravam negros, 43% se consideravam pardos, 47% se consideravam brancos, 1% amarelo e 0,5% dos brasileiros se consideravam indígenas.

Diante de um número expressivo de pessoas que se consideravam pardas, Caio relativiza essas declarações baseado na sua experiência pessoal, na ausência do debate sobre negritude e no possível conforto que existe em se assumir como pessoa parda ao invés de pessoa negra em um país que exclui e discrimina essa etnia.

Por fim, Caio faz um convite aos espectadores que, de alguma forma, se identificam com esse tema ou que, assim como ele, não sabem ao certo sua identidade, para que busquem mais informações, que conversem com familiares e amigos e que debatam sobre o que é ser uma pessoa negra no Brasil.

O debate proposto por Caio acontece de certa maneira através da funcionalidade de respostas a comentários específicos. Determinadas colocações realizadas por usuários recebem um *feedback* específico de outros usuários, gerando assim uma caixa de diálogos abaixo dos comentários. Ao ser questionado, em entrevista a nós concedida, se identificou comentários racistas, Caio diz que sim, mas, por não ter tanta consciência das questões de raça, esse teria sido um dos motivos para que, após a publicação do vídeo, ele buscasse mais informações sobre o tema (FRANCO, 2020).

Para comprovar a repercussão da temática da identidade racial, observamos que o vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR", que, como pontuamos anteriormente, contabiliza cerca de 1,5 milhões de visualizações, possui mais de dez mil comentários. Já o vídeo "NÃO TIRA O BATOM VERMELHO", que aborda o tema dos relacionamentos abusivos e, como já mencionamos, teve um papel significativo no impulsionamento do canal, possui mais de 3,5 milhões de visualizações e 5.889 comentários. Através desses comentários buscaremos analisar se os termos utilizados pelos usuários indicam insistência da questão do racismo cordial.

## 4 METODOLOGIA E ANÁLISE

Uma das metodologias que adotaremos para a análise dos termos presentes nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" é a de nuvem de palavras, por ser uma técnica que parte de uma análise lexical, sendo o léxico o conjunto de palavras que compõem um determinado texto. Através dessa perspectiva, a construção dessas nuvens se baseia em utilizar tamanhos de palavras diferentes de acordo com a quantidade de ocorrências de cada termo, isto é, quanto maior a frequência da palavra nos comentários, maior será seu tamanho dentro da nuvem de palavras (RIVADENEIRA *et al.*, 2007).

Segundo Lunardi, Castro e Monat (2008), o objetivo das nuvens é aumentar a compreensão, transmitindo informações contextuais através de variações na forma como os dados são expostos, o que possibilita a visualização de dimensões adicionais da informação, tornando, assim, o conteúdo explícito. Os termos extraídos do texto são, na verdade, uma listagem de palavras que tem em sua visualização um diferencial qualitativo baseado no número de vezes que aparecem. A partir dessas características podemos entender a nuvem de palavras como uma "lista hierarquizada visualmente" (LUNARDI; CASTRO; MONAT, 2008, p. 24).

Com as palavras apresentadas dessa maneira é possível perceber a importância de um determinado termo em relação aos demais, o que agrega à análise uma informação que comunica a importância semântica ou o contexto das palavras que compõem a nuvem. Acredita-se, portanto, que uma nuvem de palavras é uma forma de se visualizar um universo multidimensional de maneira filtrada, sendo capaz de revelar relações de maior complexidade do que aquelas apresentadas por uma listagem com apenas uma dimensão. Através dessa capacidade de mostrar mais de uma dimensão, a nuvem se torna, portanto, o reflexo do texto que ela representa, ou seja, a nuvem não se restringe apenas a representar uma enumeração de palavras de um determinado conteúdo (LUNARDI; CASTRO; MONAT, 2008).

A popularidade da nuvem de palavras se deu, principalmente, pela demasiada utilização desse recurso navegacional durante os anos 2000 em *sites* e *blogs*. Silva (2013) identifica três pilares que ressaltam o poder dessa técnica: a)

recurso navegacional, que nos permite clicar em palavras ou *tags*<sup>41</sup> e sermos direcionados a textos de temática relativa. Com a possibilidade de criar índices onomásticos de qualquer volume de texto e levando em consideração o pouco tempo e atenção que os usuários costumam ter na *internet*, a nuvem de palavras com a quantificação visual linkada mostra-se eficaz; b) método heurístico de análise, em que o autor entende que uma palavra é repetida diversas vezes por algum motivo. Sendo assim, são capazes de apontar o que deve ser observado em um texto ou em um grupo de textos; c) apresentação e visualização de dados, que entregam informações de maneira hiper resumida e permitem uma identificação imediata de termos mais utilizados.

Silva (2013) também ressalta a importância dos recursos oferecidos pelos *softwares* que elaboram as nuvens de palavras. Para o autor, é fundamental atentar para palavras envolvidas na questão principal do texto, pois, caso haja uma disparidade na frequência de uma palavra em relação às demais, o tamanho será igualmente dispar, prejudicando a visualização da nuvem. Além disso, o autor pontua que as cores e formatos são capazes de direcionar interpretações, causando possíveis equívocos na leitura dos dados. Como exemplo, Silva (2013) utiliza as cores verde, vermelho e laranja para representar sentimentos positivos, negativos e neutros, respectivamente.

Com a intenção de reforçar a precisão dos dados apontados pelas nuvens de palavras, utilizaremos também o software AntConc, uma ferramenta de análise de dados textuais frequentemente aplicada em pesquisas que tem como *corpus* conteúdos extraídos das mídias sociais. O AntConc é uma ferramenta de acesso livre desenvolvida por Laurence Anthony, professor na Faculdade de Ciência e Engenharia da Waseda University, no Japão, e permite realizar técnicas de linguística de *corpus*, como frequência de palavras, colocações, concordância, *n-grams* e comparação entre textos (SILVA, 2017). Das sete funcionalidades proporcionadas pelo AntConc, a que vamos nos ater chama-se *Word List*. Ela apresenta uma lista de palavras ordenadas de acordo com a frequência de cada uma no texto, possibilitando identificar recorrências e os termos característicos a cada categoria.

---

<sup>41</sup> Palavras-chave utilizadas para classificar e organizar arquivos, páginas e outros conteúdos a fim de facilitar a busca por determinados temas.



Para o desenvolvimento desta pesquisa utilizamos o *software Word Art*<sup>42</sup> e fizemos a coleta de 1.395 comentários selecionados por ordem de relevância<sup>43</sup>, a qual foi definida pelo próprio YouTube. Dos comentários coletados foram excluídos todos os que se encontravam em duplicidade e os que não possuíam palavras, como, por exemplo, comentários que continham apenas *emojis*<sup>44</sup>. Além disso, como nosso intuito é analisar os comentários direcionados a Caio, na intenção de perceber uma possível insistência do racismo cordial, optamos por descartar as respostas destinadas aos comentários dos próprios usuários, pois entendemos que a discussão gerada a partir dessa funcionalidade se restringe ao comentário em si, não sendo direcionado especificamente a Caio ou ao vídeo. Dessa forma, analisamos um total de 1.304 comentários, que foram categorizados em sete grupos definidos pela temática prevalente em cada um. As categorias, que posteriormente resultaram em sete nuvens de palavras, são: a) relatos que trazem depoimentos, a maioria em primeira pessoa, acerca da questão racial levantada por Caio no vídeo; b) comentários que validam ou elogiam a discussão; c) comentários que negam a importância da discussão; d) comentários que definem a cor de Caio; e) comentários que abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout; f) comentários de usuários que descrevem a maneira como imaginavam Caio até que ele aparecesse; e g) comentários que se referem à aparição de Caio (QUADRO 1).

Quadro 1 – Categorias dos comentários

| <b>Categorias</b>   |
|---|
| a) Relatos;   |
| b) Validam ou elogiam a discussão;                            |
| c) Negam a importância da discussão;                          |
| d) Definem a cor de Caio;                                     |
| e) Abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout; |
| f) Descrevem como imaginavam Caio;                            |
| g) Referem-se à aparição de Caio;                             |

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Além das sete nuvens de palavras, traremos ainda a *word list* gerada pelo *AntcConc* com os trinta termos mais frequentes em cada categoria em formato de tabelas. Apesar das palavras mais recorrentes se mostrarem presentes nas nuvens de palavras, as tabelas cumprem uma função pedagógica no texto, destacando os

<sup>42</sup> Disponível em: <<https://wordart.com/>>.

<sup>43</sup> A relevância de um comentário é definida por algoritmos que levam em consideração principalmente a sua quantidade de curtidas e respostas.

<sup>44</sup> Em japonês significa a união das palavras "e", que quer dizer imagem, e "moji", que significa letra. São ideogramas utilizados em mensagens eletrônicas e na web.

termos mais relevantes e facilitando a leitura e compreensão das análises. Além disso, as tabelas apresentam termos de igual significado, mas encontrados em escalas distintas nas nuvens de palavras, como por exemplo os termos "vc" e "você", e "caio" e "caião".

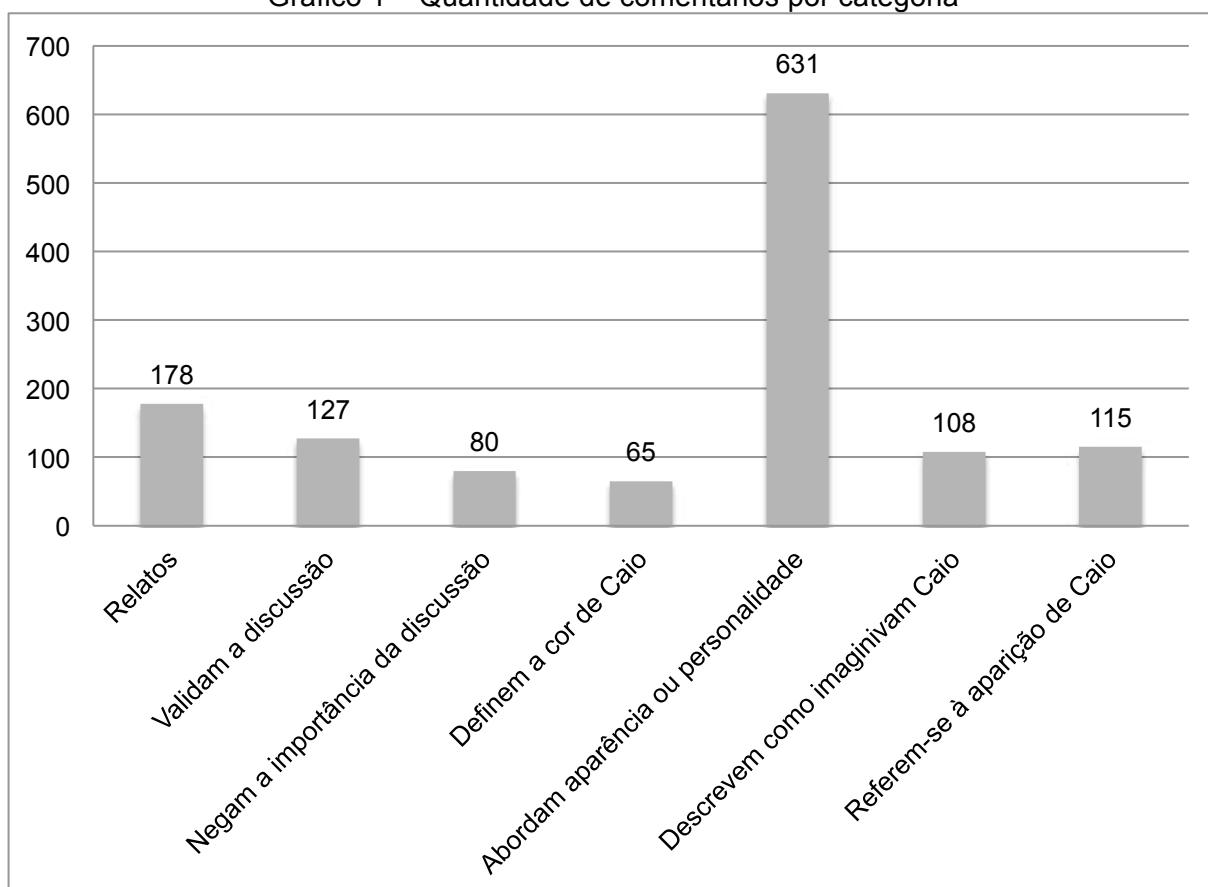
Antes de dar início à análise das nuvens de palavras, considero importante pontuar que as categorias foram elaboradas a partir da leitura de cada um dos 1.304 comentários coletados, o que gerou, sob o nosso ponto de vista, uma predominância de sete temáticas, a partir das quais esses comentários foram classificados. Ressaltamos que, apesar de haver uma segmentação claramente estabelecida, há, em muitos comentários, uma sobreposição temática, de modo que decidimos analisar e avaliar as temáticas predominantes, na intenção de enquadrar os comentários entre as sete categorias criadas. É importante pontuar, ainda, que artigos e palavras como "que", "mas" e "se" foram excluídas de todos os comentários, com o objetivo de não impactar visualmente as nuvens de palavras devido à sua demasiada frequência.

Ao analisar cada categoria, percebemos que a quantidade de comentários contidos em cada uma delas poderia trazer apontamentos relevantes para o nosso objetivo de identificar uma possível insistência do racismo cordial no YouTube. Por isso, antes de trazer a metodologia das nuvens de palavras, consideramos oportuno trazer também uma análise quantitativa dos comentários inseridos nas sete categorias, conforme o Gráfico 1.

O primeiro ponto que gostaríamos de chamar a atenção diz respeito aos comentários que, de alguma maneira, tocam na temática racial proposta por Caio no vídeo. As categorias a) relatos; b) validam a discussão; c) negam a importância da discussão; e d) definem a cor de Caio abarcam comentários que trazem impressões diretamente ligadas ao tema proposto no vlog, ainda que eventualmente neguem a importância da discussão, ou seja, são comentários que se baseiam no conteúdo abordado por Caio. Já as demais categorias – e) abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout; f) descrevem como imaginavam Caio; e g) referem-se à aparição de Caio – não priorizam o debate racial trazido no vídeo. São comentários que, de certa forma, se omitem ao debate e à questão racial levantada.

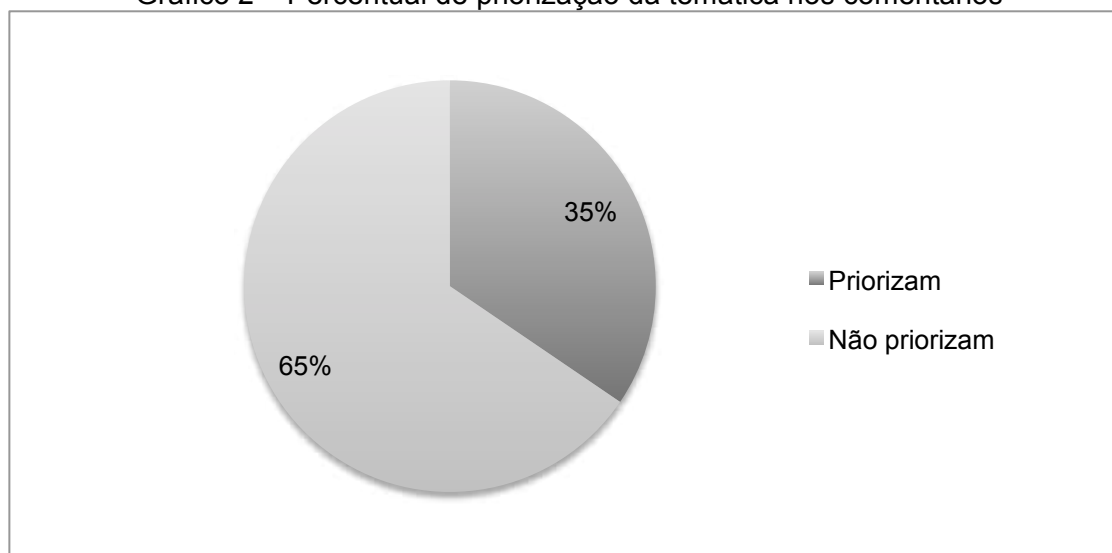
A partir do Gráfico 1, que apresenta a quantidade de comentários inseridos em cada categoria, elaboramos um segundo gráfico que traz uma divisão mais generalizada, porém, igualmente relevante para a nossa análise (GRÁFICO 2).

Gráfico 1 – Quantidade de comentários por categoria



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos comentários do vídeo “CAIO QUER CONVERSAR”.

Gráfico 2 – Percentual de priorização da temática nos comentários



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos comentários do vídeo “CAIO QUER CONVERSAR”.

Nesse segundo gráfico fizemos a soma da quantidade de comentários contidos nas categorias que tocam na temática racial proposta no vídeo, sendo elas as categorias: a) relatos; b) validam o debate; c) negam a importância da discussão;

e d) definem a cor de Caio, que totalizam 450 comentários. Já as categorias que não abordam a questão racial como prioridade – e) abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout; f) descrevem como imaginavam Caio; e g) referem-se à aparição de Caio – somam 854 comentários.

Esses dados nos revelam que 35% dos comentários analisados tratam, de alguma maneira, da questão racial discutida. Já a outra parte, 65% dos comentários, não estão diretamente ligados à temática, ou seja, priorizam o fato de a imagem de Caio estar sendo exposta pela primeira vez em detrimento da causa daquela aparição.

Ao perceber que a maioria dos comentários se ausenta do debate sobre a temática racial proposto no vídeo, faz-se pertinente retomar o conceito de homem cordial trazido por Sérgio Buarque de Holanda e já abordado no início deste trabalho. Escolhendo ignorar a questão central do vídeo e se colocar de maneira elogiosa às características físicas ou da personalidade de Caio, os usuários estão, de certa maneira, preservando suas sensibilidades, emoções e impressões acerca da questão racial. Os comentários elogiosos também nos fazem retomar a ideia de Holanda (1981) de que os modos de relações públicas e privadas estão, para os brasileiros, naturalmente imbricados, o que será possível observar mais nitidamente a partir de uma análise específica de cada uma das sete nuvens de palavras.



morena. Meu namorado, que tem a pele preta, me chama branca. Passei me declarar negra, depois veio discussão colorismo, afroconveniência. Gente nervosa me falando que não sou negra... Branca sei que nunca fui! Já sofri e sofro preconceito. Assim Caio, como você, estou na busca da minha identidade."

**Exemplo 2:** "Minha pele é um pouquinho mais clara que a sua, meu cabelo é afro. Sou filho de um negro, com uma branca. Às vezes eu acho que pertenço a duas raças, depois já acho que não sou nem um nem outro. meio ruim não saber se definir direito, me sinto totalmente perdido."

A maior palavra dessa nuvem, "eu", é mencionada, segundo o *AntConc*, 250 vezes e se destaca não só pela disparidade de seu tamanho em relação às demais, mas também de uma forma emblemática. Essa categoria possui a segunda maior quantidade de comentários, ou seja, aponta para uma demanda real da necessidade de se discutir o que é ser uma pessoa negra no Brasil. Além disso, é possível identificar aqui um espaço de fala que aparenta ter sido apropriado pelos usuários. Palavras como "meu", "sou" e "minha" também aparecem de maneira destacada, sendo repetidas 155, 152 e 122 vezes, respectivamente, ressaltando a necessidade dos usuários de trazer para o debate suas dúvidas e experiências pessoais. Ainda com destaque, pelos seus tamanhos, encontramos as palavras "negro", utilizada 99 vezes, "negra" (105 vezes), "branca" (81 vezes), "parda" (59 vezes), "pardo" (55 vezes) e "cor", com a frequência de 76 vezes. Em tamanhos um pouco menores, mas ainda em destaque, é possível identificar as palavras "mãe" e "pai", repetidas 24 e 27 vezes, respectivamente, o que aponta para questionamentos de usuários que buscam compreender sua própria identidade, olhando de forma atenta para suas ancestralidades. Ainda nesta nuvem convém olhar com certa atenção para o tamanho da palavra "Caio", mencionada 76 vezes. Em relação às demais nuvens de palavras, essa categoria traz o nome em menor tamanho, visto que, de fato, os usuários conseguiram se apropriar da questão e pôr em prática a discussão sugerida pelo próprio Caio no vídeo, a partir de suas próprias experiências (QUADRO 2).

Quadro 2 – Frequência das palavras na categoria "Relatos"

| Rank | Palavra | Frequência |
|------|---------|------------|
| 1    | eu      | 250        |
| 2    | não     | 187        |
| 3    | sou     | 152        |
| 4    | minha   | 122        |
| 5    | negra   | 105        |
| 6    | negro   | 99         |
| 7    | branca  | 81         |
| 8    | caio    | 76         |
| 9    | como    | 76         |
| 10   | cor     | 76         |
| 11   | mais    | 72         |
| 12   | meu     | 64         |
| 13   | pele    | 60         |
| 14   | parda   | 59         |
| 15   | pardo   | 55         |
| 16   | sobre   | 49         |
| 17   | você    | 49         |
| 18   | pessoas | 48         |
| 19   | tem     | 48         |
| 20   | assim   | 47         |
| 21   | tenho   | 44         |
| 22   | só      | 43         |
| 23   | sempre  | 41         |
| 24   | quando  | 40         |
| 25   | sei     | 40         |
| 26   | vc      | 40         |
| 27   | muito   | 36         |
| 28   | acho    | 35         |
| 29   | jout    | 35         |
| 30   | porque  | 33         |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Entendemos que essa nuvem de palavras, que nos traz relatos e depoimentos dos usuários, ressalta também como o projeto político de uma suposta democracia racial e de um país miscigenado pautaram a construção da identidade dos brasileiros ao longo do último século. As dúvidas e os questionamentos trazidos pelos usuários são, sob o nosso olhar, inevitavelmente uma amostra de como a teoria do embranquecimento conseguiu, ao longo dos anos, invisibilizar as características fenotípicas e culturais da população negra, fazendo com que sua própria identidade se perdesse em meio à ideia de mestiçagem do povo brasileiro, como apontamos anteriormente através de Pacheco (2011).







acaba sendo jogado para debaixo tapete. Além de levantar levantarem assunto, ainda deixaram informações pro pessoal acessar. Muito amor por esse canal"

**Exemplo 2:** "Pele negra, máscaras brancas... é uma obra libertadora. Eu sei que são muitos comentários e talvez vcs nem cheguem a ver, mas essa é uma discussão muito importante é a reflexão é chocante e gratificante. Eu tô viciada canal Jout Jout e Caião"

Nessa nuvem há três palavras em maior destaque: "Caio", "não" e "vídeo", com a frequência de 45, 44 e 40 vezes, respectivamente. Ao contrário da primeira nuvem, que diz respeito aos relatos trazidos pelos usuários, nessa percebemos que a discussão transita em torno do próprio vídeo e de Caio. A palavra "eu", que na nuvem anterior aparece individualmente destacada com uma frequência de 250 vezes, nessa nuvem aparece em menor escala, sendo utilizada 26 vezes. Através do *Antconc* observamos que os termos "vc", utilizado 12 vezes, e "você", usado 14 vezes, totalizam 26 aparecimentos, a mesma frequência da palavra "eu", o que aponta o olhar dos usuários não só para si mas também para o outro, nesse caso, Caio. Permeando palavras que ressaltam o tema central da discussão como "negro", mencionada 37 vezes, "pardo" (18 vezes), "branco" (15 vezes), "ser" (24 vezes) e "cor", repetida 13 vezes, nessa nuvem podemos observar também as palavras "arrasou", "discussão", "legal", "amei" e "maravilhoso", sendo mencionadas 6, 7, 12, 7 e 8 vezes, respectivamente. Com a presença dessas palavras é possível observar uma aprovação por parte dos usuários sobre o vídeo e as questões por ele levantadas (QUADRO 3).

A partir desses indicativos de aprovação, essa nuvem nos faz perceber a *internet* e, mais especificamente, o *YouTube* como um ambiente propício à discussão da questão racial, confirmando que a plataforma pode, de fato, atuar como um agente facilitador de divulgação e persuasão de pautas relevantes para grupos marginalizados, gerando visibilidade ao movimento negro e fomentando políticas afirmativas que contribuam para a diminuição da desigualdade racial.

Quadro 3 – Frequência das palavras na categoria "Validam ou elogiam a discussão"

| Rank | Palavra     | Frequência |
|------|-------------|------------|
| 1    | caio        | 45         |
| 2    | não         | 44         |
| 3    | vídeo       | 40         |
| 4    | negro       | 37         |
| 5    | jout        | 30         |
| 6    | eu          | 26         |
| 7    | muito       | 26         |
| 8    | mais        | 19         |
| 9    | sobre       | 19         |
| 10   | pardo       | 18         |
| 11   | ele         | 17         |
| 12   | branco      | 15         |
| 13   | cor         | 14         |
| 14   | vcs         | 14         |
| 15   | você        | 14         |
| 16   | pessoas     | 13         |
| 17   | isso        | 12         |
| 18   | legal       | 12         |
| 19   | vc          | 12         |
| 20   | canal       | 11         |
| 21   | bem         | 10         |
| 22   | branca      | 10         |
| 23   | caião       | 10         |
| 24   | gente       | 9          |
| 25   | porque      | 9          |
| 26   | maravilhoso | 8          |
| 27   | mesmo       | 8          |
| 28   | negra       | 8          |
| 29   | vocês       | 8          |
| 30   | amei        | 7          |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".



**Exemplo 2:** "é sério que fizeram discussão por ele ser negro ou não? que diferença faz, só pq a julia é branca? aff eu hein somos pessoas e pronto."

Nessa nuvem a palavra "não" é a de maior dimensão, tendo uma frequência de 44 vezes, podendo ser observada também sob um aspecto simbólico. Palavras como "cor", "pessoa" e "gente", mencionadas 38, 15 e 14 vezes, respectivamente, aparecem em um tamanho maior do que as palavras "negro", "branco" e "pardo", mencionadas 14, 11 e 11 vezes, respectivamente. Permeando essas palavras, em menores dimensões, mas ainda destacadas na nuvem, há as palavras "importa" (mencionada 10 vezes), "somos" (9 vezes), "diferença" (8 vezes), "humano" (7 vezes), "iguais" (6 vezes), "importância" (5 vezes), "ainda" (5 vezes) e "rótulo" (3 vezes) (QUADRO 4).

A recorrência dessas palavras indica uma intenção por parte dos usuários de diminuir as questões levantadas no vídeo, a ponto de defenderem a ideia de uma uniformidade de raça do povo brasileiro. Identificamos um discurso que, de forma branda, visa amenizar o debate, classificando-o como desnecessário e colocando o racismo como algo datado, que não merece ser discutido. De certa forma, os comentários dos usuários, mesmo que apresentem supostas intenções de diminuir a desigualdade racial, contribuem com a ideia de Pacheco (2011) – já citada no primeiro capítulo – de perpetuar um projeto de invisibilização da população negra em prol da construção de uma identidade única brasileira, pautada na miscigenação do seu povo e na cordialidade das suas relações.

Ainda nessa nuvem de palavras consideramos relevante atentar para a presença de palavrões como "foda" (mencionado 7 vezes) e "porra" (3 vezes), indicando que, apesar de a maioria dos comentários negarem a importância da discussão racial de forma branda e cordial, há também a presença de comentários mais efusivos e agressivos no sentido da negação dessa temática.

Quadro 4 – Frequência das palavras na categoria "Negam a importância da discussão"

| Rank | Palavra   | Frequência |
|------|-----------|------------|
| 1    | não       | 44         |
| 2    | caio      | 43         |
| 3    | cor       | 38         |
| 4    | jout      | 24         |
| 5    | eu        | 21         |
| 6    | ele       | 18         |
| 7    | pessoas   | 15         |
| 8    | negro     | 14         |
| 9    | gente     | 14         |
| 10   | branco    | 11         |
| 11   | pardo     | 11         |
| 12   | você      | 11         |
| 13   | importa   | 10         |
| 14   | mais      | 10         |
| 15   | pele      | 10         |
| 16   | todos     | 10         |
| 17   | como      | 9          |
| 18   | pessoa    | 9          |
| 19   | quem      | 9          |
| 20   | somos     | 9          |
| 21   | diferença | 8          |
| 22   | mesmo     | 8          |
| 23   | acho      | 7          |
| 24   | foda      | 7          |
| 25   | humano    | 7          |
| 26   | nem       | 7          |
| 27   | raça      | 7          |
| 28   | sua       | 7          |
| 29   | só        | 7          |
| 30   | vai       | 7          |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".



**Exemplo 2:** "Não meu amigo, você não é branco, nem indígena, pra mim você é muito negro. Seus traços falam por si só. Mas isso é você que tem que perceber."

Ao contrário de outras nuvens, nessa não encontramos palavras que possuam demasiada diferença de tamanho ou se destaquem de maneira proeminente. Essa é uma nuvem visivelmente mais uniforme em relação às demais. As palavras "negro", "não" e "pardo" possuem as maiores dimensões, com frequência, respectivamente, de 47, 39 e 31 vezes,. Em seguida, vemos as palavras "caio" (29 vezes), "você" (21 vezes), "ele" (19 vezes), "tem" (11 vezes), "eu" (10 vezes), "branco" (9 vezes) e "preto" (6 vezes) (QUADRO 5).

Quadro 5 – Frequência das palavras na categoria "Definem a cor de Caio"

| Rank | Palavra   | Frequência |
|------|-----------|------------|
| 1    | negro     | 47         |
| 2    | não       | 39         |
| 3    | pardo     | 31         |
| 4    | caio      | 29         |
| 5    | você      | 21         |
| 6    | ele       | 19         |
| 7    | negros    | 11         |
| 8    | eu        | 10         |
| 9    | isso      | 10         |
| 10   | vc        | 10         |
| 11   | branco    | 9          |
| 12   | problema  | 7          |
| 13   | são       | 7          |
| 14   | preto     | 6          |
| 15   | só        | 6          |
| 16   | ainda     | 5          |
| 17   | cara      | 5          |
| 18   | mais      | 5          |
| 19   | meu       | 5          |
| 20   | pessoas   | 5          |
| 21   | questão   | 5          |
| 22   | sim       | 5          |
| 23   | bem       | 4          |
| 24   | como      | 4          |
| 25   | discussão | 4          |
| 26   | gente     | 4          |
| 27   | mesmo     | 4          |
| 28   | mistura   | 4          |
| 29   | moreno    | 4          |
| 30   | mundo     | 4          |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Apesar de indicar comentários mais categóricos no sentido de definirem com certa propriedade a cor de Caio, essa nuvem é, para nós, uma representação significativa do nebuloso conceito de raça criado intencionalmente no Brasil. Isto é,







comentários que fazem menção à aparência física de Caio ou à sua personalidade e, em sua maioria, desconsideram as questões raciais levantadas no vídeo.

**Exemplo 1:** "Sei que a discussão é super séria... queria só dizer que seu sorriso é muito lindo, rapaz!!!! parabéns lindo trabalho."

**Exemplo 2:** "Caio é lindo, que sorriso! Vcs são lindos juntos. separados. juntos separados. Ponto! Lindeza pura."

Nessa nuvem encontramos as palavras "lindo", "Caio" e "Jout" com maiores dimensões e destaque, com uma frequência de 131, 380 e 152 vezes, respectivamente. A seguir, observamos as palavras "sorriso" (111 vezes), "eu" (78 vezes) e "você" (38 vezes). A recorrência de palavras como "maravilhoso" (31 vezes), "gato" (39 vezes) e "amei" (20 vezes) faz com que elas também apareçam destacadas nessa nuvem, o que nos releva uma aprovação majoritária dos usuários em relação à imagem de Caio exibida pela primeira vez no vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" (QUADRO 6).

Um aspecto fundamental que consideramos pertinente de ser observado é que essa categoria possui uma quantidade de comentários demasiadamente maior do que todas as outras. Isso quer dizer que, apesar de Caio trazer a questão racial como tema principal do vídeo, expondo suas dúvidas e propondo uma discussão, a maioria das pessoas escolheu não falar sobre esse tema, optando por valorizar suas atribuições físicas e sua personalidade através de comentários elogiosos.

Mais uma vez encontramos nessa nuvem de palavras indicadores que nos levam a observar os comentários sob a perspectiva da cordialidade. Para a maioria dos usuários é preferível fechar os olhos para a questão racial, uma pauta que coloca à prova estruturas sociais hierárquicas estabelecidas e perpetuadas por séculos. Dessa forma, os comentários não mencionam as questões levantadas no vídeo por Caio, mas se limitam a ressaltar as características físicas e de sua personalidade através de elogios. O fato de essa nuvem, ao contrário das demais, não possuir em destaque palavras que sinalizem a discussão racial, como "negro", "branco ou "pardo", aliada ao fato de ela conter a maior quantidade de comentários, é mais um indicador de que o racismo no Brasil ainda é, de certa forma, tratado como um tabu.

Quadro 6 – Frequência das palavras na categoria "Abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout"

| <b>Rank</b> | <b>Palavra</b> | <b>Frequência</b> |
|-------------|----------------|-------------------|
| 1           | caio           | 380               |
| 2           | jout           | 152               |
| 3           | lindo          | 131               |
| 4           | sorriso        | 111               |
| 5           | eu             | 78                |
| 6           | ele            | 67                |
| 7           | mais           | 64                |
| 8           | não            | 57                |
| 9           | vocês          | 53                |
| 10          | caião          | 52                |
| 11          | são            | 52                |
| 12          | muito          | 42                |
| 13          | gato           | 39                |
| 14          | meu            | 39                |
| 15          | casal          | 38                |
| 16          | você           | 38                |
| 17          | gente          | 37                |
| 18          | só             | 37                |
| 19          | amo            | 33                |
| 20          | vídeo          | 32                |
| 21          | maravilhoso    | 31                |
| 22          | vcs            | 30                |
| 23          | dois           | 26                |
| 24          | vc             | 26                |
| 25          | lindos         | 24                |
| 26          | cajout         | 23                |
| 27          | como           | 23                |
| 28          | agora          | 22                |
| 29          | deus           | 22                |
| 30          | melhor         | 22                |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".



**Exemplo 1:** "EU JURAVA QUE CAIO ERA UM BRANQUELO, GORDINHO DE BARBAS MARRONZINHAS, ÓCULOS QUADRADO, MEIO REDONDO. CHOQUE DE REALIDADE, VC CONTINUA LINDO NA REALIDADE CAIO ! MAS CHOQUE."

**Exemplo 2:** "As pessoas ficaram dissertando sobre como imaginavam Caio, e por incrível que pareça eu sempre imaginei caio negro, sei lá, algo na voz quem sabe. é um gatão."

Nessa nuvem observamos as palavras "Caio", "eu" e "imaginava" em proporções maiores, com a frequência de 92, 63 e 45 vezes, respectivamente. Em seguida enxergamos as palavras, "ele" (41 vezes), "barba" (17), "cabelo" (14), "sempre" (14), "assim" (14), "voz" (11) e "vídeo" (9). Baseados nessas palavras em destaque, entendemos que os comentários permeiam o imaginário dos usuários em relação à aparência de Caio e ressaltam algumas características desse imaginário, como a presença de uma barba ou um tipo de cabelo. Ao analisarmos mais atentamente as palavras em escalas menores, identificamos ainda as características "gordinho" (5 vezes), "gordo" (4) e "nerd" (4), ou seja, observamos que, ainda que descrevam a forma como Caio era imaginado, grande parte dos usuários se abstém de descrever a cor da pele ou ainda trazer características fenotípicas que remetam a alguma raça (QUADRO 7).

Por outro lado, ainda em escalas menores, identificamos as palavras "branco", com a frequência de 7 vezes, e "negro", utilizada 4 vezes, a primeira sendo conseqüentemente em tamanho maior do que a segunda. Essa diferença na recorrência dos termos nos indica comentários que trazem um Caio imaginário mais branco do que negro, confirmando a ideia de Ricardo Laranja (2015) em seu texto "O namorado negro da Jout Jout e o racismo nosso de cada dia", já citado no segundo capítulo.

Quadro 7 – Frequência das palavras na categoria "Descrevem como imaginavam Caio"

| <b>Rank</b> | <b>Palavra</b> | <b>Frequência</b> |
|-------------|----------------|-------------------|
| 1           | caio           | 92                |
| 2           | eu             | 63                |
| 3           | imaginava      | 45                |
| 4           | ele            | 41                |
| 5           | não            | 37                |
| 6           | barba          | 17                |
| 7           | imaginei       | 15                |
| 8           | assim          | 14                |
| 9           | cabelo         | 14                |
| 10          | como           | 14                |
| 11          | sempre         | 14                |
| 12          | sei            | 13                |
| 13          | diferente      | 12                |
| 14          | fosse          | 12                |
| 15          | jout           | 11                |
| 16          | mais           | 11                |
| 17          | muito          | 11                |
| 18          | tinha          | 11                |
| 19          | voz            | 11                |
| 20          | gente          | 9                 |
| 21          | vídeo          | 9                 |
| 22          | bem            | 8                 |
| 23          | exatamente     | 8                 |
| 24          | pensei         | 8                 |
| 25          | achei          | 7                 |
| 26          | branco         | 7                 |
| 27          | cara           | 7                 |
| 28          | dele           | 7                 |
| 29          | lindo          | 7                 |
| 30          | minha          | 7                 |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".





**Exemplo 2:** "Eu não estava preparada para esse vídeo, sinto muito pra quem vai entrar na família Jout Jout agora e perder todo o mistério do MCFaceless"

Em proporções maiores identificamos as palavras "Caio", "eu" e "não" utilizadas 54, 22 e 22 vezes, respectivamente. Em seguida, observamos as palavras "Jout" (20 vezes), "ele" (12), "Caião" (8), "ver" (10) e "agora" (9) em dimensões menores. Essas palavras nos levam a identificar uma certa ausência de impressões ou imparcialidade não só em relação à temática do vídeo mas também em relação à própria imagem de Caio (QUADRO 8).

Quadro 8 – Frequência das palavras na categoria "Referem-se à aparição de Caio"

| Rank | Palavra    | Frequência |
|------|------------|------------|
| 1    | caio       | 54         |
| 2    | eu         | 22         |
| 3    | não        | 22         |
| 4    | jout       | 20         |
| 5    | ele        | 12         |
| 6    | só         | 11         |
| 7    | ver        | 10         |
| 8    | agora      | 9          |
| 9    | caião      | 8          |
| 10   | vídeo      | 8          |
| 11   | cajout     | 7          |
| 12   | como       | 7          |
| 13   | nunca      | 7          |
| 14   | ainda      | 6          |
| 15   | ainda      | 6          |
| 16   | meu        | 5          |
| 17   | muito      | 5          |
| 18   | dia        | 5          |
| 19   | era        | 5          |
| 20   | você       | 5          |
| 21   | vi         | 5          |
| 22   | achei      | 4          |
| 23   | canal      | 4          |
| 24   | deus       | 4          |
| 25   | dois       | 4          |
| 26   | finalmente | 4          |
| 27   | foto       | 4          |
| 28   | mistério   | 4          |
| 29   | estou      | 4          |
| 30   | estava     | 4          |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do software *AntConc*, com base nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Em mais uma nuvem de palavras composta por comentários que não priorizam o tema central do vídeo, palavras tão recorrentes em outras nuvens como "branco", "negro" ou "pardo" não foram identificadas na nuvem, tampouco pelo *AntConc*, o que nos leva a olhar para esses comentários não só como uma forma de negar a discussão racial mas também de ignorá-la por completo.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do vídeo hospedado no *YouTube*, "CAIÃO QUER CONVERSAR", e de sua proposta de discutir identidade de raça no Brasil, esta pesquisa teve a intenção de identificar e compreender as formas de racismo expressas na contemporaneidade, com foco no racismo cordial. Este termo se refere a um racismo tipicamente brasileiro, baseado no conceito do homem cordial, proposto por Sérgio Buarque de Holanda em sua obra *Raízes do Brasil* (1981) e consolidado em 1995 na pesquisa "Racismo Cordial – a mais completa análise sobre preconceito de cor no Brasil", encomendada pelo jornal Folha de São Paulo e realizada pelo Instituto de Pesquisas Datafolha. Nesse contexto, buscamos identificar uma possível insistência do racismo cordial nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR".

Para alcançar o nosso objetivo, analisamos um total de 1.304 comentários selecionados por ordem de relevância definida pelo próprio *YouTube*. O vídeo, que além de propor a discussão de identidade de raça no Brasil é, também, a primeira aparição de Caio Franco no canal Jout Jout Prazer, apresenta uma quantidade significativa de comentários que fazem menção a aparição de Caio, sem que a questão de raça seja abordada. Por esse motivo, nosso primeiro passo foi quantificar os comentários que abordavam a questão da identidade de raça e os que não tratavam dessa pauta como uma prioridade.

Dos 1.304 comentários, identificamos 450 com considerações relacionadas diretamente às questões de raça trazidas no vídeo e 854 comentários que não priorizavam a temática da identidade racial. Isso quer dizer que, apesar de Caio propor explicitamente no vídeo uma discussão sobre questões raciais, a maioria dos usuários, o equivalente a 65%, optou por não priorizar a pauta sugerida, enquanto 35% seguiu a sugestão tecendo considerações sobre o tema.

A partir dessa estatística, seguimos para uma análise de conteúdo dos comentários, chegando a sete categorias que representam as temáticas de maior recorrência, sendo elas: a) relatos; b) comentários que validam ou elogiam a discussão; c) comentários que negam a importância da discussão; d) comentários que definem a cor de Caio; e) comentários que abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout; f) comentários de usuários que descrevem a maneira como imaginavam Caio; e g) comentários que se referem à aparição de Caio.

Para a análise lexical de cada categoria, contamos com o auxílio do *software Word Art* na elaboração de nuvens de palavras correspondentes à cada grupo de comentários, além do *software AntConc*, que nos apresentou listas de palavras de acordo com suas frequências em cada categoria. Por nos permitir visualizar a importância de determinadas palavras em relação às demais, através de dimensões que variam de acordo com a recorrência de cada termo, as nuvens de palavras apontam relações de maior complexidade do que uma listagem de uma só dimensão. Já a lista de frequência obtida através do *AntConc* nos apresentou uma outra perspectiva de cada categoria, que, além de reforçar a análise realizada através das nuvens de palavras, facilitou a leitura e compressão dos termos, permitindo inclusive identificarmos palavras escritas de maneiras distintas, mas com significados idênticos e, por isso, representadas em dimensões diferentes nas nuvens.

O resultado das análises realizadas neste trabalho apontam para uma quantidade significativamente maior de comentários que, de alguma maneira, negam a questão da identidade racial proposta no vídeo. Essa negação se dá de diversas maneiras, podendo ser direta, como no caso da categoria “c”, de comentários que negam explicitamente a importância da discussão, ou de forma indireta, como nos casos das categorias “e”, “f” e “g”, de comentários que, respectivamente, abordam a aparência de Caio ou Jout Jout, descrevem como imaginavam Caio e, por fim, que se referem à aparição de Caio.

Na nuvem de palavras “c”, com comentários que negam a importância da temática, identificamos um discurso que, apesar de contestar explicitamente a validade das questões propostas por Caio, não apresenta, na maioria dos casos, palavras que caracterizem um tom agressivo ou hostil. Tanto na nuvem como na lista de frequência, encontramos em destaque os termos “pessoas”, “gente”, “importa”, “pele”, “todos”, “somos” e “diferença”, o que nos aponta um discurso racista, mas com tom de cordialidade, que se apoia na ideia de democracia racial para tentar minimizar a desigualdade de raça latente que persiste no Brasil. Ao perceber que a maioria dos comentários inseridos nessa categoria entende o ser humano como uma espécie que deve ser vista sem distinções e tratada de forma igualitária, compreendemos que os usuários utilizam práticas discursivas que demonstram a negação de desigualdades e a polidez característica do homem cordial definido por Holanda (1981). Com isso, desconsideram a nossa história

escravocrata, o racismo estrutural que se instaurou no Brasil e, conseqüentemente, buscam manter essas estruturas hierárquicas de poder que, de certa forma, visam a dar continuidade à superioridade branca e a desfavorecer a população negra.

Já nas categorias “e”, “f” e “g”, que agrupam comentários que, respectivamente, abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout, descrevem como imaginavam Caio e se referem à sua aparição no vídeo, também identificamos a negação da pauta da identidade racial, mas que aqui se expressa predominantemente de formas indiretas. A categoria “e”, em especial, caracterizada pelos comentários que abordam a aparência ou personalidade de Caio ou Jout Jout, chama a atenção não só por possuir a expressiva maioria dos comentários mas também por ser a categoria em que o racismo cordial se expressa de maneira mais evidente.

Ao observarmos a nuvem “e” e sua lista de frequência, encontramos destacadas palavras como “lindo”, “sorriso”, “gato”, “amo” e “maravilhoso”. A recorrência desses termos nos aponta comentários que possuem, em sua maioria, tons elogiosos a Caio. A partir dessa aparente gentileza, podemos identificar o racismo exposto através de uma prática discursiva que utiliza elogios como disfarce para que os usuários preservem suas sensibilidades e emoções, resguardando-se da discussão racial e, com isso, reforçando modelos sociais desiguais.

A categoria “f”, que diz respeito aos comentários que descrevem como os usuários imaginavam Caio, também apresenta o desvio temático que, de certa forma, nega a discussão racial. Entretanto, nessa nuvem de palavras e lista de frequência chama a atenção termos como “barba”, “cabelo”, “gordo” e “nerd”, indicando uma estratégia discursiva que traz prioritariamente características que não estão atribuídas à nenhuma raça específica. Termos tão presentes em outras categorias, que definem a cor da pele, como “negro”, “branco” ou “pardo”, são preteridos, mais uma vez indicando uma resistência em reconhecer a importância da discussão sobre identidade de raça proposta no vídeo “CAIÃO QUER CONVERSAR” e apontando mais uma forma de expressão do racismo cordial.

O grupo de comentários da nuvem de palavras “g” trouxe considerações acerca da aparição de Caio no vídeo. Por ser o primeiro vídeo em que a imagem de Caio é revelada, visto que antes sua participação acontecia apenas por áudio, esses usuários se limitam a comentar sobre o fato de a imagem de Caio ter sido finalmente revelada, ignorando por completo o conteúdo do vídeo e indicando mais uma

maneira de negar as questões raciais propostas. Nessa categoria em específico, convém observar os comentários dos usuários não só como uma forma de desviar da discussão sobre identidade racial mas também de anular integralmente a fala de Caio, que se restringe a essa questão durante todo o vídeo.

As demais categorias, “a”, “b” e “d”, trouxeram, respectivamente, os relatos, os comentários que validam ou elogiam a discussão e os comentários que definem a cor de Caio. Nessas três categorias encontramos considerações que permeiam a temática racial proposta no vídeo e revelam a importância da discussão de identidade de raça no Brasil. As categorias “a” e “b” apresentaram uma quantidade significativa de comentários que endossam a pauta proposta por Caio, seja através de considerações em que os usuários relatam suas experiências de vida e seus questionamentos sobre identidade de raça e compartilham de uma visão semelhante à exposta no vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR", seja através de comentários que elogiam e validam a discussão. Já a categoria “d”, que reúne comentários que definem a cor de Caio, apresenta as palavras "negro", "pardo" e "branco" em dimensões destacadas e semelhantes, o que indica uma vasta e complexa percepção dos usuários em relação à identidade de raça. Portanto, identificamos nessas três categorias uma demanda urgente pela discussão e compreensão dessa questão não só nas redes sociais e na *internet* mas também fora dela, visto que, como nos apontou Shirky (2011), o ciberespaço não é mais uma alternativa para a vida real, mas parte dela.

Buscando compreender de que forma o vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR" repercutiu após a sua publicação, seja no modo *online* ou *offline*, percebemos a presença de Caio na ação #YouTubeBlackBrasil<sup>45</sup>, cerca de um ano e dez meses após a publicação do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR". No vídeo intitulado "#YouTubeBlackBrasil | EU SOU Caio Franco"<sup>46</sup>, postado no canal Jout Jout Prazer, Caio aparece com o cabelo maior e sem óculos escuros (FIGURA 8).

---

<sup>45</sup> #YouTubeBlackBrasil foi uma ação do *YouTube* Brasil que selecionou 30 *youtubers* para produzirem conteúdos sobre negritude, em comemoração ao dia da Consciência Negra, no ano de 2017.

<sup>46</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=9kw8LUJv9c>> Acesso em: 23 out. 2019.

Figura 8 – *Frame* do vídeo "#YouTubeBlackBrasil | EU SOU Caio Franco"



Fonte: YouTube.

Nos oito minutos de duração do vídeo, Caio aparenta estar em um processo de autoconhecimento que pode ser percebido na fala sobre suas características mais expressivas, como a timidez e o fato de ser bastante observador. Esse processo se dá também a partir da observação e percepção de suas fotos antigas, em que Caio aparece ainda criança ao lado da sua mãe e, em outra mais recente, com Jout Jout. Questionado sobre a importância do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR", Caio afirma ter sido um vídeo super necessário, visto que suas questões eram também as de muita gente. Em entrevista concedida ao autor desta dissertação, Caio atribui essa quantidade expressiva de pessoas com questionamentos sobre identidade de raça principalmente ao Estado brasileiro e às mídias hegemônicas.

Eu acho que [os questionamentos se devem] à falta de discussão disso e também à construção social e política do país, de se dizer muito harmônico em relação às diferenças das raças e querer vender como se o país fosse um grande oásis de tranquilidade racial, que não é. E também toda a construção social, do entretenimento, de representação, principalmente em relação à população negra que não se vê representada na TV, geralmente são papéis secundários ou de serviçais, então, a galera não quer se identificar como preta, quer se embranquecer ao máximo. Se a pele já é mais clara você já é automaticamente moreno ou, tipo, vários mil nomes em cada parte do país pra tentar dar uma "suavizada", pra tentar dar uma embranquecida (FRANCO, 2020).

Ainda no vídeo "#YouTubeBlackBrasil | EU SOU Caio Franco", Caio demonstra interesse em continuar a busca por sua identidade através de um filme que retrataria sua atenta observação às suas fotos de família, com o objetivo de resgatar sua ancestralidade, compreender seu passado, seu presente e ajudar pessoas que também estejam nessa busca. O curta metragem "Antes de Ontem", lançado em 2019, retrata a busca de Caio através de suas fotos de família com sua própria narrativa de fundo. O filme, que teve sua estreia na Mostra de Cinema de Tiradentes, já passou por festivais como a Mostra do Filme Livre em São Paulo, Olhar de Cinema: Festival Internacional de Curitiba, Mostra de Cinema Negro Brasileiro, Festival Internacional de Curtas Metragens de São Paulo, Africa in Motion Film Festival, dentre outros. Segundo Caio (2020), o filme criou oportunidades de debates sobre identidade racial nos festivais, onde o cineasta foi frequentemente procurado por espectadores que se sentiam representados pelo filme e as questões por ele levantadas.

Como dito anteriormente, este trabalho teve como objetivo analisar estratégias discursivas aplicadas nas redes sociais, mais especificamente no *YouTube*, a fim de identificar a insistência do racismo cordial, um racismo tipicamente brasileiro, que é utilizado como dispositivo de interceptação e controle, disfarçando e mascarando preconceitos e discriminações que persistem no Brasil, alimentando a nossa profunda desigualdade racial. A categorização realizada a partir do nosso recorte não pretende finalizar a discussão em torno do racismo cordial, visto que suas estratégias e dinâmicas estão em constante transformação para se adaptar às condutas sociais tidas como aceitáveis. Identificamos ainda, após a nossa análise, que ao entender o racismo como violência, estamos inevitavelmente rompendo o pacto de cordialidade sobre o qual nos referimos na pesquisa e que, ao propor observar os fenômenos sócio-comunicacionais que existem entre a cordialidade e a violência, como sugerimos no título da pesquisa, estamos, de certa forma, contrapondo esses termos. Sendo assim, enxergamos esse estudo com potencial para questionar as terminologias tradicionais relativas ao racismo. Ademais, reconhecemos também as limitações do nosso recorte e das leituras aqui utilizadas, o que torna a nossa pesquisa contínua e passível de questionamentos.

Segundo Almeida (2019), compreender o racismo como parte de uma estrutura não nos isenta da responsabilidade individual sobre práticas e condutas

racistas, ao contrário, torna-nos ainda mais responsáveis pelo seu combate. Nesse contexto, acreditamos que este trabalho não se limita a uma denúncia ou repúdio moral ao racismo, mas representa uma tomada de postura antirracista que, através da escolha temática e da análise desses comentários, possui o intuito de prover condições de enfrentamentos efetivos sobre a violência que se expressa através do racismo cordial.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. L. **Racismo Estrutural**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

ALLPORT, G. **The nature of prejudice**. Cambridge: Addison-Wesley, 1954.

ANDRÉ, M. **Intervenção para Redução de Preconceito Racial**: uma abordagem no mundo digital. 2018. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Instituto Universitário Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida. Lisboa, 2018.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

CARNEIRO, S. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: ASHOKA EMPREENDIMENTOS SOCIAIS; TAKANO CIDADANIA (Org.). **Racismos contemporâneos**. Rio de Janeiro: Takano, 2003.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Vol. I Ed. 14. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CARVALHO, R. O que Jout Jout pode ensinar sobre carreira para a geração Y. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/o-que-jout-jout-pode-ensinar-sobre-carreira-para-a-geracao-y/>. Acesso em 08 de Novembro de 2019.

CORUJA, P. **Expressões do(s) feminismo(s)**: discussões do público com a youtuber Jout Jout. 2017. 225 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

ESCOBAR, A. Welcome to cyberia: notes on the anthropology of cyberculture. In: **The cyberculture reader**; BELL, D.; KENNEDY, B. (Orgs.) Londres, Routledge, 2000.

FISCHER, R. M. B. "Mitologias" em torno da novidade tecnológica em educação. **Educação & Sociedade**, v. 33, n. 121, p. 1037-1052, 2012.

FRANCO, C. [Entrevista concedida a] Rafael Rodrigues Fonseca de Araújo. Recife, 2020.

\_\_\_\_\_. CAIÃO QUER CONVERSAR. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YU20Zn5nIGQ&t=82s>. Acesso em 23 de outubro de 2019.



GUNKEL, D. J. **Hacking Cyberspace**. New York, London: Routledge, 2018.

\_\_\_\_\_. [Entrevista concedida a] Fagner França. **Revista Eletrônica Inter-Legere**, Rio Grande do Norte, n. 14, 2014.

HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. 14, J. Olympio, 1981.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, n. 53, p. 59-68, 2010. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/222403703\\_Users\\_of\\_the\\_World\\_Unite\\_The\\_Challenges\\_and\\_Opportunities\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media). Acesso em: 08 set. 2019.

KUSUMOTO, M. **"Há machismo na internet", diz a youtuber Jout Jout**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/meus-livros/ha-machismo-na-internet-diz-a-youtuber-jout-jout/>. Acesso em 08 de novembro de 2019.

LARANJA, Ricardo. O namorado negro da Jout Jout e o racismo nosso de cada dia. **Medium**, 2015. Disponível em: <https://medium.com/nada-errado/o-namorado-negro-da-jout-jout-e-o-racismo-nosso-de-cada-dia-9e1d95d66ade>>. Acesso em: 04 de janeiro de 2019.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, M. E. O.; VALA, J. **As novas formas de expressão do preconceito e do racismo**. Estudos de Psicologia, v. 9, n. 3, p. 401-411, 2004.

LUNARDI, M. S.; CASTRO, J. M. F.; MONAT, A., S. Visualização dos resultados do Yahoo em nuvens de texto: uma aplicação construída a partir de web services. *InfoDesign Revista Brasileira de Design da Informação*, v. 5, n. 1, p. 21-35, 2008.

MATTOS, H. 'Pretos' and 'Pardos' between the Cros and the Sword: Racial Categories in Seventeenth Century Brazil. **Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe**. n. 80, p. 43-55, 2006.

MUNANGA, K. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. Petrópolis: Vozes, 1999.

NOGUEIRA, O. Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem. **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**. São Paulo, v. 19, n. 1, p. 287-308, 2006.

PACHECO, L. C. Racismo Cordial: manifestação da discriminação racial à brasileira - O domínio público e o privado. **Revista de Psicologia**. Fortaleza, v. 2, n. 1, p. 137-144, 2011.

PETRUCCELLI, J. L. **A Cor denominada**: um estudo do suplemento da PME de julho/98. Rio de Janeiro: IBGE, Departamento de População e Indicadores Sociais, 2000.

PRIMO, A. **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RIVADENEIRA, A. W.; GRUEN, D. M.; MULLER, M. J.; MILLEN, D. R. Getting our head in the clouds: toward evaluation studies of tagclouds, **Proceedings - Tags, Tagging & Notetaking**. San Jose, p. 995-998, 2007.

RODROL, L; FINCO, N. **Jout Jout, a youtuber ex tímida que virou cronista de uma geração**. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/06/jout-jout-youtuber-e-ex-timida-que-vice-cronista-de-uma-geracao.html>. Acesso em 08 de novembro de 2019.

SALGADO, T. B. P. **Experimenta-te a ti mesmo**: Felipe Neto em performance no YouTube. 2013. 188 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

SANTOS, M. É preciso ir além da constatação. [Entrevista concedida a] Mauricio Stycer. In: TURRA, C.; VENTURI, G. (Org.). **Racismo Cordial**: a mais completa análise sobre preconceito de cor no Brasil. São Paulo: Ática, 1995.

SANTOS, M. A. Negritudes posicionadas: as muitas formas da identidade negra no Brasil. **Revista Perspectiva Sociológica**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 4, p. 70-80, 2010.

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

\_\_\_\_\_; STARLING, H. M. **Brasil**: uma biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, G. M.; LEÃO, T. S. Paradoxo da Mistura: identidades, desigualdades e percepção de discriminação entre brasileiros pardos. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 27, n. 80, p. 117-255, 2012.

SILVA, T. Análise de Texto com AntcConc: introdução, arquivos e configurações. Disponível em: <https://tarciziosilva.com.br/blog/analise-de-texto-com-antconc-introducao-arquivos-e-configuracoes/>. Acesso em 9 de janeiro de 2020.

\_\_\_\_\_. O que se esconde por trás de uma nuvem de palavras? Disponível em: <https://tarciziosilva.com.br/blog/o-que-se-esconde-por-tras-de-uma-nuvem-de-palavras/>. Acesso em 8 de novembro de 2019.

SIMOR, M. T. B. **Mídias sociais na educação**: aprendizagem mediada pela tecnologia. 2015. 46 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Mídias na Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

STRANGELOVE, M. **Watching YouTube**: extraordinary videos by ordinary people. Toronto, Toronto Buffalo London, 2010.

TOLEZANO, Julia. **Tá todo mundo mal**: o livro das crises. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

TURKLE, S. **El segundo yo**. Buenos Aires, Galápagos, 1984.

\_\_\_\_\_. **La vida en la pantalla**. Barcelona, Paidós, 1995.

\_\_\_\_\_. **Alone together**. Nova York, Basic Books, 2011.

TURRA, C.; VENTURI, G (Org.). **Racismo Cordial**: a mais completa análise sobre preconceito de cor no Brasil. São Paulo: Ática, 1995.

VIEIRA, K. **Tá todo mundo louco? Para Jout Jout, a vida millennial é "uma cambalhota infinita"**. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2019/08/ta-todo-mundo-louco-para-jout-jout-a-vida-millennial-e-uma-cambalhota-infinita/>. Acesso em 08 de novembro de 2019.

YOUTUBE BRASIL. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/>. Acesso em 10 de outubro de 2019.

\_\_\_\_\_. Canal Play de Prata com Camilo Coutinho. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0agLDxnzgLQ>. Acesso em 10 de outubro de 2019.

\_\_\_\_\_. Canal TEDx Talks. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zbklmGWtyK0>. Acesso em 10 de outubro de 2019.

\_\_\_\_\_. Canal Jout Jout Prazer. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YU20Zn5nIGQ>. Acesso em 23 de outubro de 2019.

\_\_\_\_\_. Canal Jout Jout Prazer. Disponível em:  
[https://www.youtube.com/watch?v=wUO\\_S3bZ4\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=wUO_S3bZ4_Y). Acesso em 08 de novembro de 2019.

## **APÊNDICE A - ENTREVISTA COM CAIO FRANCO**

FRANCO, Caio. Entrevista com Caio Franco [jan. 2020]. Entrevistador: Rafael Rodrigues Fonseca de Araújo. Recife, 2020. Entrevista concedida para esta dissertação.

**R.A. Você diz no vídeo que a iniciativa para fazê-lo foi o texto de Ricardo Laranja, "O namorado negro da Jout Jout e o racismo nosso de cada dia". É possível encontrar comentários explicitamente racistas coletados por Ricardo no texto. Você enxergou algum tipo de racismo nos comentários do vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR"? Se sim, de que tipo e como lidou com isso?**

**CF:** Sim, enxerguei, mas não lembro muito bem dos conteúdos das coisas, porque faz muito tempo que eu não vejo, mas eu vi que eram comentários que me deixaram meio incomodado. Então, mesmo não tendo tanta consciência de questões de raça, esse incômodo me deixou meio alerta pra tentar entender melhor sobre o assunto. Eu não ia tomar medida judicial nenhuma ou coisas do tipo, foi mais um episódio pra abrir meus olhos pra essa discussão, principalmente quando se trata de uma coisa que me toca muito que é a minha pele e a minha identidade. Então, foi ruim, ao mesmo tempo que foi uma situação super delicada, que é uma exposição que eu não gostei, porque eu sou muito reservado, mas ao mesmo tempo foi muito importante por conta de todas as descobertas e até pessoas que eu conheci por causa do vídeo.

**R.A. No vídeo você afirma que até aquele momento se considerava pardo. Tempos depois, você participou do #youtubebblackbrasil já assumindo uma outra postura em relação a sua identidade. Como foi o processo de transformação e descoberta após o vídeo "CAIÃO QUER CONVERSAR"?**

**CF:** O processo foi de muita conversa, com muita gente, muita leitura e muita reflexão sobre o meu passado, principalmente, sobre a minha família e sobre presente. Não tinha como olhar pros dias atuais, pra situação social que tá em volta ao se dizer negro, mas foram meses de muita troca de ideias com pessoas que eu achava que poderiam me ajudar nesse processo, algumas leituras. E desde esse episódio eu tava querendo fazer alguma... Eu fiz cinema, de faculdade, então, eu tava querendo usar esse episódio pra tentar produzir alguma coisa. Então, eu

também estava com esse olhar meio prático em cima dessa questão toda, de tentar fazer alguma obra que, de certa forma, ajudasse pessoas como eu que ou descobrem tardiamente dessa questão racial ou tem dificuldade de ver por algum motivo.

**R.A. Após ter se entendido enquanto pessoa negra, você sente alguma diferença na maneira como se porta com a pessoas e como as pessoas se portam em relação a você?**

**CF:** Não sei se mudei muito a maneira de me portar ou das pessoas de portarem comigo. Eu deixei meu cabelo crescer, né? Então, isso é uma diferença muito grande quando as pessoas me veem, porque eu raspava o meu cabelo, então meu cabelo é tipo cacheado, meio crespo, então ele é quase um black que eu deixo crescer e boto pra cima. Isso certamente faz diferença em como as pessoas me veem, mas eu acho que eu me portar com as pessoas, não sei se muda muita coisa... Eu fico mais atento, eu acho que antes eu era mais desatento no geral, acho que hoje eu fico mais atento em relação a situações que podem ser meio complicadas, tipo... Talvez se eu tô num lugar que eu sou a única pessoa negra, eu fico meio desconfortável já. Talvez antes eu não me atentasse a questões desse tipo, então eu fico também meio que prestando atenção nas outras pessoas, talvez chegue a esse ponto.

**R.A. É possível encontrar nos comentários do vídeo inúmeros depoimentos de pessoas que, assim como você, questionavam sua identidade de raça. A que você atribui esse número tão grande de pessoas com essas dúvidas?**

**CF:** Eu acho que à falta de discussão disso e também a construção social e política do país, de se dizer muito harmônico em relação as diferenças das raças e querer vender como se o país fosse um grande oásis de tranquilidade racial, que não é. E também toda a construção social, do entretenimento, de representação, principalmente em relação à população negra que não se vê representada na TV, geralmente são papéis secundários ou de serviçais, então, a galera não quer se identificar como preta, quer se embranquecer ao máximo. Se a pele já é mais clara você já é automaticamente moreno ou, tipo, vários mil nomes em cada parte do país pra tentar dar uma "suavizada", pra tentar dar uma embranquecida. Mas é toda uma construção do Estado, de tentar embranquecer a população e vender como se o

país fosse uma grande tranquilidade em relação a essa questão, e não é, né? Seja por questões veladas, seja em universidades, em empregos de ponta que você só vê pessoas brancas, seja em intenções raciais mesmo. Mas acho que é uma questão do Estado, de realmente não tocar nesse ponto, de querer se esquivar da responsabilidade de todo um passado escravocrata, colonial e de não conseguir lidar com a memória de uma maneira em que se faça realmente correções pela história.

**R.A. Gostaria que você falasse um pouco sobre o seu processo de busca de identidade que surgiu a partir do vídeo, especificamente, sobre o curta "Antes de ontem". Como ele foi construído e o que ele significa pra você?**

**CF:** Eu já estava nesse processo todo de início, de identificação, depois do vídeo, né? De me ver como negro e tal. Eu já tinha essa ideia de fazer um filme em relação a isso, justamente porque também eu vi muita gente nesse ponto de não se entender, de não pensar nisso. Pensei, aí tem tanto uma chance legal de eu realmente fazer um conteúdo que tem uma coisa que me toca muito, e também de um público que tá carente de informações sobre isso. Não necessariamente de informações, mas enfim, de conteúdos sobre essa questão. Então, a ideia do filme veio daí. Mas eu tinha a princípio, eu tava querendo fazer o filme com uma equipe de pessoas que também tiveram essas questões de identidade, de dúvidas e depois se reconheceram como negras, a equipe a princípio era assim. E era um filme que eu ia tentar pegar dinheiro por Catarse ou *crowdfunding*, pra fazer um projeto que, tipo, era meio grandinho. Eu queria viajar, queria ver... Porque é isso, é essa questão é diferente nos lugares. A questão brasileira, nos estados até, é diferente. A questão no Rio de Janeiro é diferente da questão na Bahia, que é diferente no Sul, que é diferente no Nordeste, então, eu queria dar uma volta e entender como é essa questão nos diferentes estados e também nos países. Tipo, meu padrao é da Guiné Bissau e no vídeo eu também comento isso, que ele falava "ué, mas você não é negro e tal, não sei o que", e aí pessoas falam que sim, e nos Estados Unidos a questão é diferente. Então, ser negro, em cada país, em cada lugar, é um pouco diferente. Eu queria entender isso, como é essa questão. Só que, enfim, era um projeto grande, né? E pra eu conseguir dinheiro ia demorar, etc, etc, aí acabai que eu desencanei desse projeto e em 2018 eu entrei numa pós de documentário aqui em São Paulo, e na pós eu tinha que fazer filme, tinha que me virar pra fazer os

exercícios, e o primeiro exercício era pra falar sobre... Um dos temas dos temas lá era "memória", e aí eu falei "ah, vou tentar falar sobre isso usando fotografias, tipo, eu não tenho dinheiro mesmo, esse filme não vou ficar esperando sair, eu preciso produzir, então, vou fazer com fotografias de família", que já era uma pesquisa que eu tinha na graduação. Eu já me interessava muito por filmes com imagens de arquivo, eu trabalhei com pesquisa de imagem, então já era uma coisa que eu tinha uma certa familiaridade e interesse em pesquisar. Foi meio que automático, tipo, "puts, tenho que fazer alguma coisa, vou fazer com imagem de arquivo, vou fazer com as fotografias de família que eu tenho, pra tratar dessa questão". E aí, acabou que o filme, que era super complexo de início, de ideia, virou uma coisa super simples, assim, é um filme de fotografia, basicamente, e um off meu. E deu super certo, a minha orientadora adorou. Aí comecei a escrever pra festivais, quer dizer, pra um festival primeiro, que era Tiradentes, que é um festival super conceituado no Brasil, que era onde eu tinha me formado praticamente como público, quando eu tava na faculdade e eu passei pra lá na competitiva. Então, foi uma coisa, um marco, assim, na minha vida porque, ter o meu primeiro filme falando sobre essa questão, um filme super pessoal e o primeiro o primeiro festival que passa pra competitiva foi Tiradentes, foi tipo, abrindo muita porta pra mim, sabe? Então, foi muito legal. E aí, depois foi indo pros outros e nisso também fui conhecendo muita gente, trocando muita ideia e também via sempre, depois das sessões vinha gente falar comigo, que o processo era parecido e tal, então, isso também é legal do filme.