CEFET/RJ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

TORNAR-SE NEGRA: AS MÍDIAS SOCIAIS E A (RE)CONSTRUÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NEGRAS

Laura Luísa Correia de Queiroga

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em Relações Étnico-Raciais.

Orientador(a): Talita de Oliveira

Rio de Janeiro
Dezembro de 2024

TORNAR-SE NEGRA: AS MÍDIAS SOCIAIS E A (RE)CONSTRUÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NEGRAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em Relações Étnico-Raciais.

Laura Luísa Correia de Queiroga

Banca Examinadora:

_____

Presidente, Professora Dra. Talita de Oliveira (CEFET/RJ) (orientadora)

_____

Professora Dra. Elisângela de Jesus Santos (UNESP)

_____

Professor Dr. Fabio Sampaio de Almeida (CEFET/RJ)

SUPLENTES

_____

Mariana de Araújo Lamego (UERJ)

_____

Maria Cristina Giorgi (CEFET/RJ)

Rio de Janeiro
Dezembro de 2024

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

Q3 Queiroga, Laura Luísa Correia de
Tornar-se negra: as mídias sociais e a (re)construção da representação de mulheres negras / Laura Luísa Correia de Queiroga. — 2024.
108f. : il. color. , enc.

Dissertação (Mestrado) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, 2024.
Bibliografia : f. 102-108
Orientador: Talita de Oliveira

1. Relações étnicorraciais. 2. Redes sociais. 3. Negras. 4. Mulheres na comunicação. I. Oliveira, Talita de. (Orient.). II. Título.

CDD 305.8

Elaborada pela bibliotecária Tania Mello – CRB/7 nº 5507/04

AGRADECIMENTOS

Eu não poderia iniciar este texto sem proferir meu agradecimento especial a uma das minhas melhores amigas, Amanda Soares Nunes, cuja trajetória, muito semelhante à minha, foi o que me impulsionou a iniciar esta pesquisa. Fomos crianças negras nascidas e criadas em espaços brancos e elitistas, que insistiam em nos mostrar que ali não era o nosso lugar. O não pertencimento vinha de diversas formas: nos olhares suspeitos nos supermercados, nos olhares estranhos nos salões de beleza, nas cafeterias, nos shoppings, no bullying nas salas de aula, e, principalmente, na solidão que nos acompanhava em todos os lugares: no ballet, na natação, no inglês e na escola. Foi em um dia nublado no mês de agosto de 2007 que a aula de português foi brevemente interrompida pela coordenadora para informar que chegava uma aluna nova, vinda de Aracaju/SE. Foi ali, naquele momento, em que vi uma menina com a cor da pele parecida com a minha, que eu soube que eu não seria mais a única. Isso se comprovou nos 17 anos de amizade, em que nos apoiamos nos momentos de dor, de alegria e nos incentivos a passar pela transição capilar. Descobrimos, juntas, que todos esses olhares nos lugares, essas rejeições na escola, entre outros, tinha um nome: racismo. A partir daí, nosso processo de tornar-se negra se iniciou: passamos a, constantemente, trocar conteúdos nas redes sociais sobre o que era colorismo, dicas para deixar os cabelos crespos mais bonitos, maquiagens para pele negra. Tivemos longas conversas sobre a temática racial e nos transformamos em mulheres, que de nada parecem aquelas meninas confusas, que não entendiam porque eram consideradas as mais feias da sala.

Agradeço aos meus pais, Francisco Roberto de Queiroga e Fátima Correia dos Santos, ao meu padrasto Moisés Dionísio de Carvalho e à minha irmãzinha, Anna Beatriz Correia de Carvalho por serem meus pilares durante esses dois anos de mestrado. Pelo cuidado, carinho e, principalmente, nos incentivos nos dias que eu achava que não aguentaria mais. Agradeço à minha avó, Josefa Correia dos Santos, e à minha tia e madrinha, Rosemary Correia dos Santos, por todas as orações, que me acompanhavam em todos os momentos, desde quando eu chegava tarde da noite das aulas, e nos dias em que precisava virar a noite estudando e fazendo trabalho.

Agradeço à minha tia Maria Maurília Queiroga (*in memoriam)* e às minhas primas, Luanda do Carmo Queiroga, Joyce Kimarce Pereira e Núbia Nakimuli de Paula

Queiroga, por serem minhas principais referências e inspiração na academia. Se hoje estou me tornando Mestra, foi porque um dia, ao ver vocês, mulheres negras, periféricas e inteligentíssimas ocupando espaços que sempre nos foram negados, eu soube que um dia poderia estar aqui.

Agradeço à minha tia Cynthia Marconsini dos Santos, que sempre me incentivou nos estudos, e minha tia de coração, Michele Marconsini Loureiro, que foram as primeiras a me incentivar no projeto de pesquisa, além de buscar livros emprestados na biblioteca que trabalhava para que eu tivesse condições de iniciar minha pesquisa que me permitiu estar aqui.

Agradeço à tia Dê, Denise Miguel e o tio Aldo Gil por serem minhas principais referências de pessoas negras em espaços de prestígio. Por me inspirarem, motivarem e, principalmente, por levarem a pauta racial em todos os espaços possíveis, desde cruzeiros internacionais, restaurantes luxuosos a conversas descontraídas no sofá de casa. Espero que em um futuro não tão distante, existam mais Aldos e mais Denises, ocupando espaços desafiadores, e acima de tudo, inspirando mais Lauras, Marias, Anas e diversas meninas e meninos que não se veem em determinados lugares.

Agradeço aos meus avós que não estão mais neste plano, Pedro Geraldo dos Santos, José Graciano Queiroga e Ormecinda Marta Queiroga, que não tenho dúvidas, estão morrendo de orgulho, onde quer que estejam.

Agradeço à minha orientadora Talita de Oliveira, que foi parte fundamental na minha trajetória. Obrigada por não desistir de mim, principalmente nos dias em que eu estava quase desistindo. Obrigada aos professores Elisângela Santos e Fábio Sampaio, por participarem da minha trajetória com tanto carinho e sugestões importantes para a melhoria do meu trabalho. E à CAPES, pelo fundamental apoio financeiro.

Agradeço aos meus familiares e amigos, principalmente, os que acompanharam de perto a minha jornada: Amanda Nunes, Angélica Fonseca, Bruna Ribeiro, Carla Xavier, Edna Maria, Gabriela Kariri, Jacqueline Soriano, Karina Lírio, Matheus Ferreira, Mayara Ferreira, Patrícia Rivera, Tiago Henrique e todos os que, apesar de não acompanharem de perto, sempre torceram e emanaram energias positivas.

Por fim e não menos importantes, agradeço a todos os meus ancestrais, e principalmente, às minhas ancestrais por pavimentar o caminho que me trouxe até aqui: Antonieta de Barros, Aqualtune, bell hooks, Beatriz Nascimento, Carolina Maria de

Jesus, Conceição Evaristo, Dulcineia do Carmo, Dandara dos Palmares, Grada Kilomba, Lélia González, Joice Berth, Luísa Mahin, Maria Firmina dos Reis, Nã Agontimé, Nilma Lino Gomes, entre tantas outras. Aqui, eu materializo um sonho antigo, ancestral e geracional. É com a força que carrego de meus ancestrais, que hoje dou um passo tão importante em minha vida, ao me tornar mestre.

Agradecimento especial à Neusa Santos Souza, cuja obra, *Tornar-se Negro* (1983), foi um divisor de água em minha vida e me afetou em tantos níveis. Graças às inquietações provocadas pelo impacto do livro, estou aqui.

Afinal,

Eu sou, porque nós somos.

RESUMO

Tornar-se negra: As mídias sociais e o processo de (re)construção de representação das mulheres negras

Nos últimos anos, a Internet tem sido uma ferramenta crucial para grupos minorizados contestarem narrativas dominantes e construírem suas próprias histórias. Tradicionalmente excluídos da mídia convencional, grupos feministas, LGBTQIAPN+, negros e indígenas utilizam plataformas online para questionar e disputar representações hegemônicas. A criação dessas narrativas tem um valor simbólico, pois combate séculos de silenciamento e apagamento de identidades. O presente trabalho discute como a comunicação historicamente reforçou o poder da branquitude (BENTO, 2022), promovendo estereótipos negativos sobre a população negra. No entanto, a democratização da Internet tem oferecido uma oportunidade de romper esses padrões, a exemplo do modo como influenciadoras negras têm compartilhado representações positivas e empoderadoras através de suas vivências, desafiando o imaginário social comumente atribuído à população negra. Um novo discurso visual de negros e negras é visto como uma forma de existência social que rompe séculos de silenciamento imposto pela hegemonia. O objetivo principal do trabalho é analisar conteúdos de mulheres negras no Instagram relacionados ao empoderamento feminino negro (BERTH, 2020), investigando como a produção de discursos imagéticos por mulheres negras bem-sucedidas influencia e molda a representação (HALL, 2016) no imaginário de outras mulheres negras. Algumas questões orientam a pesquisa: como mulheres negras bem-sucedidas constroem, nas mídias sociais, representações visuais sobre os sentidos de "tornar-se negra" (SOUZA, 1983)? Como essas representações visuais podem oferecer referências positivas sobre ser negra na sociedade? A metodologia adotada é qualitativa e exploratória, com revisão teórica e análise de imagens das contas de Instagram de mulheres negras de negócios bem-sucedidas e com estilos de vida considerados luxuosos. O estudo busca contribuir para investigações sobre os efeitos das representações midiáticas, em especial no Instagram, na (re)construção de representações sociais, no empoderamento e na autoestima de mulheres negras, bem como em suas visões de mundo e percepções de representatividade.

Palavras-chave: representação; empoderamento; mídias sociais; mulheres negras; relações étnico-raciais

ABSTRACT

Becoming black: Social media and the process of (re)constructing black women's representation

In recent years, the Internet has been a crucial tool for minority groups to challenge dominant narratives and construct their own stories. Traditionally excluded from mainstream media, feminist, LGBTQIAPN+, black and indigenous groups use online platforms to question and dispute hegemonic representations. The creation of these narratives has symbolic value, as it combats centuries of silencing and erasure of identities. This paper discusses how communication has historically reinforced the power of whiteness (BENTO, 2022), promoting negative stereotypes about the black population. However, the democratization of the Internet has offered an opportunity to break these patterns, such as the way in which black influencers have shared positive and empowering representations through their experiences, challenging the social imagery commonly attributed to the black population. A new visual discourse of black men and women is seen as a form of social existence that breaks centuries of silencing imposed by hegemony. The main objective of the work is to analyze black women's content on Instagram related to black female empowerment (BERTH, 2020), investigating how the production of imagetic discourses by successful black women influences and shapes representation (HALL, 2016) in the imaginary of other black women. Some questions guide the research: how do successful black women construct visual representations on social media about the meanings of "becoming black" (SOUZA, 1983)? How can these visual representations offer positive references about being black in society? The methodology adopted is qualitative and exploratory, with a theoretical review and analysis of images from the Instagram accounts of successful black businesswomen with lifestyles considered luxurious. The study seeks to contribute to investigations into the effects of media representations, especially on Instagram, on the (re)construction of social representations, on the empowerment and self-esteem of black women, as well as on their worldviews and perceptions of representativeness.

Keywords: representation; empowerment; social media; black women; ethnic-racial relations

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	*Négresse da Bahia*. Bilhete postal datado de 8 de janeiro de 1909	32
Figura 2 –	Lunana. Idylle à 70 ans. (Africains au Brézil)	34
Figura 3 –	Escrava de ganho, vendedora. Bilhete postal datado em 1865	34
Figura 4 –	Cartão Postal. Acervo Fundação Gregório de Mattos, Salvador	35
Figura 5 –	Imagem da matéria “De volta às raízes”	39
Figura 6 –	Glória Maria entrando pela primeira vez ao vivo e em cores	53
Figura 7 –	Mirella entrevistando os primos em uma brincadeira	55
Figura 8 –	Encontro da pequena Mirella com a jornalista Glória Maria	56
Figura 9 –	Rede de apoio “Herdeiras de Glória Maria”	58
Figura 10 –	Inclusão de pessoas negras por segmento	59
Figura 11 –	Fotografia de um senhor branco (ao centro), o único de sapatos e os seus escravos	60
Figura 12 –	Anita e Clarice Gusmão, em Cara e Coragem (2022)	62
Figura 13 –	Indira Nascimento, como a advogada Laís, em *Travessia* (2022)	63
Figura 14 –	Dandara Mariana, como a profissional de Marketing Talita, em *Travessia* (2022)	63
Figura 15 –	Dandara Mariana, como a dançarina de lambada Dandara, em *Verão 90*	64
Figura 16 –	Cris Vianna, como a ambulante vendedora de empadinhas Dagmar, em *Fina Estampa* (2011)	64
Figura 17 –	Clara Moneke, como a garçonete Kate, em *Vai na Fé* (2023)	65
Figura 18 –	Imagem extraída do perfil da Taís Araújo	68
Figura 19 –	Imagem extraída do perfil da Taís Araújo	69
Figura 20 –	Imagem extraída do perfil da Taís Araújo	70
Figura 21 –	Imagem extraída do perfil da Zezé Motta	73
Figura 22 –	Imagem extraída do perfil do Africanize	74
Figura 23 –	Imagem extraída do perfil da Samantha Almeida	76
Figura 24 –	Imagem extraída do perfil da Camila Nunes	90

Figura 25 – Imagem extraída do perfil da Nina Silva 93
Figura 26 – *Met Museum* -vestido de seda na cor madre-pérola, 1860 95
Figura 27 – Empregado do governo saindo a passeio 96
Figura 28 – Imagem extraída do perfil da Luana Génot 97
Figura 29 – Imagem extraída do perfil da Samantha Almeida 100

SUMÁRIO

Introdução		**12**
1	**Questões raciais no contexto brasileiro**	**17**
1.1	Negritude e representação	21
1.2	O processo de tornar-se negra	25
1.3	3 A fotografia como catalisador de mudança de perspectiva na autorrepresentação de mulheres negras	30
1.4	A autoafirmação e o autorreconhecimento a partir da transição capilar	37
1.5	Mulheres negras e empoderamento	41
2	**Representação nos contextos midiáticos**	**45**
2.1	(Sub)Representações e estereótipos de pessoas negras nas telenovelas, no jornalismo e na publicidade	46
2.2	Negros e negras na mídia: representatividade ou estereotipagem?	61
2.3	Representações raciais nas mídias sociais	66
2.4	Racismo algorítmico e Inteligência Artificial: novas ferramentas, velho problema	77
3	**“Tornar-se negra”: Construindo discursos, rompendo estereótipos**	**81**
3.1	Camila Nunes	84
3.2	Nina Silva	85
3.3	Luana Génot	86
3.4	Samantha Almeida	87
3.5	(Re)ssignificando representações	87
Considerações Finais		**103**
Referências bibliográficas		**106**

Introdução

> Saber-se negra é viver a experiência de ter sido massacrada em sua identidade, confundida em suas expectativas, submetidas a exigências, compelidas a expectativas alienadas. Mas é também, e sobretudo, a experiência de comprometer-se a resgatar sua história e recriar-se em suas potencialidades. (SOUZA, 1983, p.18)

De acordo com Vialli[1], em publicação na revista Valor Econômico datada de junho de 2019, com o advento da internet e a possibilidade de produzir conteúdos para plataformas como o *YouTube* e o *Instagram*, os negros no Brasil ganharam voz, notoriedade e força. Eles falam, questionam, assumem suas identidades e reconhecem suas raízes. Como uma comunicóloga de formação, uma apaixonada pelo estudo dos comportamentos humanos e construção social, e inspirada na minha trajetória acadêmica, a partir de experiências com palestras e debates acerca da invisibilidade da mulher negra realizadas na cidade de Belo Horizonte durante a graduação, passei a questionar os limites do empoderamento negro feminino e os efeitos dessa narrativa no processo de redescoberta e (re)construção de identidade da mulher negra no Brasil. Esses debates e palestras me oportunizaram o (re)conhecimento da forte opressão e a falsa liberdade vivenciada pelos negros no Brasil, sobretudo da mulher negra. Segundo o IBGE,[2] os negros são minoria absoluta nos cargos de chefia, principalmente as mulheres, que ficam em último lugar. Em números absolutos, o estudo do IBGE aponta que a situação é ainda pior para a mulher negra, que tem 2,1% na gerência e apenas 0,5% no quadro executivo. Por outro lado, há uma preponderância dessas mulheres na atividade doméstica, tida como desvalorizada. A proporção entre as não-negras neste tipo de trabalho fica em torno de 13%, contra 30% das mulheres negras, somente na cidade de São Paulo.

---

[1] VIALLI, Andrea. **Revista Valor Econômico.** São Paulo, 2019. Disponível em: https://valor.globo.com/brasil/noticia/2019/06/28/jovens-negros-ganham-voz-a-partir-de-midias-sociais.ghtml Acesso em junho de 2022.

[2] O **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (IBGE) é um instituto público da administração federal brasileira criada em 1934 e tem atribuições ligadas às geociências e estatísticas sociais, demográficas e econômicas, o que inclui realizar censos e organizar as informações obtidas nesses censos, para suprir órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal, e para outras instituições e o público em geral.
Disponível em: <https://www.geledes.org.br/a-mulher-negra-no-mercado-de-trabalho-a-pseudoequidade-marcada-pela-discriminacao-da-sociedade-e-a-midia-no-seculo-21/> Acesso em: 16/06/2018

Durante a minha trajetória profissional, tenho observado um aumento significativo de debates sobre a pauta antirracista nas mídias sociais, mas, em contrapartida, um crescimento muito lento na prática. Embora na internet haja muitos debates sobre o antirracismo, poucas mulheres negras ocupam espaços de poder, ou até mesmo cargos estratégicos e de liderança no mercado de trabalho. Em meus anos de trabalho no time de Comunicação do Instituto Identidades do Brasil – ID_BR[3] (organização que visa reduzir as desigualdades no mercado de trabalho e na sociedade através de realização de consultorias em diversidade e inclusão racial que incentiva e que promove a educação antirracista para potencializar a igualdade em todos os espaços possíveis), percebo o quanto as mídias sociais influenciam e ressignificam discursos.

Como publicitária e especialista em Marketing Digital, antenada às conversas iniciadas pelos meios digitais e como se dão os comportamentos das pessoas negras nesses meios, percebo a relevante participação dessas mídias em movimentos sociais significativos nas últimas décadas, tais como o movimento da transição capilar[4], que se caracteriza por um processo de abandono dos produtos químicos que transformam a estrutura dos fios e o uso do cabelo em sua forma natural, crespos e cacheados, o que resultou em uma certa valorização da mulher negra. Esse exemplo corresponde a um movimento voltado para a estética, mas vale trazer também como exemplo o Movimento Black Money[5], que abrange a economia, cujo principal objetivo é conectar pessoas negras de diversas profissões para fortalecer o empreendedorismo e a circulação de recursos financeiros nas comunidades negras. Outro exemplo importante é a campanha #PretaMinistra[6], lançada pelo Instituto de Defesa da População Negra (IDPN) e pela Coalizão Negra por Direitos. A iniciativa teve como objetivo gerar impacto e reflexão sobre a ausência de uma ministra negra no Supremo Tribunal Federal (STF) em Brasília, além de reivindicar a nomeação de uma ministra negra como uma medida necessária e urgente para transformar a realidade da população negra no Brasil.

[3] Você pode conferir o site do Instituto Identidades do Brasil - ID_BR aqui: https://www.simaigualdaderacial.com.br/ Acesso em 29/10/2024
[4] BITTECOURT, Mariany. **Por que a transição capilar é um assunto de toda a sociedade?** https://blog.archtrends.com/transicao-capilar/. Acesso em 25/08/2024
[5] https://movimentoblackmoney.com.br/. Acesso em 25/08/2024
[6] https://ministranegranostf.com.br/. Acesso em 25/08/2024

Compreendendo que as mídias sociais são capazes de provocar mudanças comportamentais, e sendo uma mulher parda que passou a se reconhecer, de fato, como mulher negra a partir do entendimento sobre o que é colorismo através de vídeos no Instagram e no YouTube*,* me senti encorajada a entender profundamente como essas mídias influenciam as mulheres negras como um todo.

A partir dessa indagação, a proposta deste trabalho visa investigar a (re)construção das representações de mulheres negras nas redes sociais, questionando se esse novo discurso imagético de negros e negras possibilitado através do empoderamento negro feminino nas redes sociais pode ser visto como uma forma de existência social que rompe com o silenciamento imposto pela hegemonia. Segundo a psicanalista e escritora brasileira Joice Berth, "empoderamento é um processo, e não um fim em si mesmo" (BERTH, 2019, p. 71), então, busco entender se o empoderamento através de discursos imagéticos que constroem a autonarrativa de Camila Nunes, Luan Genót, Nina Silva e Samantha Almeida é um processo que pode inverter a lógica colonial, de que somente as pessoas brancas podem ocupar determinados espaços.

A partir desse estudo, o objetivo principal é analisar conteúdos dessas mulheres negras no Instagram relacionados ao empoderamento feminino negro (BERTH, 2020), investigando como a produção de discursos imagéticos por mulheres negras bem-sucedidas influencia e molda a representação (HALL, 2016) no imaginário de outras mulheres negras. Algumas questões orientam a pesquisa: como mulheres negras bem-sucedidas constroem, nas mídias sociais, representações visuais sobre os sentidos de "tornar-se negra" (SOUZA, 1983)? Como essas representações visuais podem oferecer referências positivas sobre ser negra na sociedade?

A metodologia adotada é qualitativa e exploratória, com revisão teórica e análise de imagens das contas de Instagram de mulheres negras de negócios bem-sucedidas e com estilos de vida considerados luxuosos. O estudo busca contribuir para investigações sobre os efeitos das representações midiáticas, em especial no Instagram, na (re)construção de representações sociais, no empoderamento e na autoestima de mulheres negras, bem como em suas visões de mundo e percepções de representatividade.

Desta forma, buscaremos compreender como as imagens de mulheres negras em espaços que conferem poder e prestígio podem transformar a representação de mulheres negras já difundidas no imaginário social. Esta dissertação está organizada em 3 (três)

capítulos. O primeiro visa a introduzir as questões raciais e a ideologia racista no contexto brasileiro, que conta com as contribuições dos seguintes autores: Kabengele Munanga (2019), para trazer luz sobre como o racismo tem um papel crucial na formação de identidade da população negra brasileira; Nilma Lino Gomes (2006), para entender como os processos identitários da população negra foram ressignificados ao longo dos anos; Silvio Almeida (2019), para trazer luz sobre como o racismo estrutural atua em nossa sociedade e atravessa a trajetória das pessoas negras do nosso país; Stuart Hall (2006) e Lélia González (2020), para esclarecer sobre como a representação negativa do corpo negro perpetuada ao longo dos séculos prestou um grande serviço para o racismo estrutural; Neusa Santos Souza (1983), que discorre brilhantemente sobre a complexidade de se descobrir negra em uma sociedade com ideal de ego branco; e, por fim, a escritora Joice Berth (2019), elucidando sobre o conceito de empoderamento.

No segundo capítulo, iremos discorrer sobre a representação das pessoas negras no contexto midiático a partir das colaborações do autor Muniz Sodré (1999) sobre o discurso midiático, e a valiosa pesquisa "TODXS - Mapa da Representatividade na Publicidade Brasileira" (2022), realizada pela ONU Mulheres[7], organização sem fins lucrativos fundada em 2010 para unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres, e pela Aliança Sem Estereótipos, movimento que visa conscientizar anunciantes, agências e a indústria da propaganda em geral sobre a importância de eliminar os estereótipos nas campanhas publicitárias. Neste capítulo, aprofundaremos nos estudos sobre como as mídias tradicionais contribuíram para a construção do imaginário racista que foi perpetuado desde os tempos da escravidão. Através das contribuições das pesquisas de Joel Zito Araújo (2000), que analisou a representação dos negros na TV nas décadas de 1960 a 1990, e de Wesley Pereira Grijó e Adam Henrique Freire Sousa (2012), que continuaram os estudos a partir dos anos 2000. Esses trabalhos são fundamentais para compreendermos o imaginário social nos dias de hoje e como as mídias sociais contribuem ao possibilitar que pessoas negras possam romper esses estereótipos.

Para finalizar, temos o terceiro capítulo, que pretende analisar como mulheres negras se representam, (re)constroem suas identidades e criam um sentido de

[7] TODXS. **Mapa da representatividade na publicidade brasileira.** Realização: ONU Mulheres e Aliança Sem Estereótipos, 2015.

empoderamento nas mídias sociais. Para tanto, foram analisados os perfis de Instagram de 4 (quatro) mulheres negras: da *influencer* de beleza e estética Camila Nunes; da executiva e especialista em tecnologia e inovação, Nina Silva; da publicitária, Mestre em Relações Étnico-Raciais e Executiva Luana Génot; e, por fim, a Diretora de Diversidade & Inovação de Conteúdos do Estúdio Globo, Samantha Almeida. Essas mulheres foram selecionadas por serem referência em suas áreas de atuação, exibirem um estilo de vida luxuoso nas redes sociais, o que já as coloca fora dos padrões da população negra no Brasil, e por terem em comum a pauta racial em suas publicações no Instagram, ainda que seja em maior ou menor grau.

1- Questões raciais e ideologia racista no contexto brasileiro

É impossível estudar a população negra brasileira sem perpassar pelo racismo. De acordo com o professor Mário Luiz Souza (2013, p.8), "o racismo é uma determinação fundamental para a construção do conhecimento referente às condições socioeconômicas da população negra brasileira."

Para compreender os efeitos do racismo, é necessário entender o conceito de raça. Segundo Munanga (2010):

> Racismo é uma crença na existência das raças naturalmente hierarquizadas pela relação intrínseca entre o físico e o moral, o físico e o intelecto, o físico e o cultural. O racista cria a raça no sentido sociológico, ou seja, a raça no imaginário do racista não é exclusivamente um grupo definido pelos traços físicos. A raça na cabeça dele é um grupo social com traços culturais, linguísticos, religiosos, etc. que ele considera naturalmente inferiores ao grupo a qual ele pertence. De outro modo, o racismo é essa tendência que consiste em considerar que as características intelectuais e morais de um dado grupo, são consequências diretas de suas características físicas ou biológicas. (MUNANGA, 2010, p. 5).

A partir da constatação acima, podemos entender que o racismo é uma ideologia, e tal como toda ideologia, foi construída historicamente ao longo dos séculos desde o período da escravização dos africanos trazidos à força pelos portugueses para o Brasil. Esta ideologia tem como finalidade dividir os indivíduos por raça, a partir de um conjunto de estereótipos ligados a determinados atributos físicos de acordo com o grupo racial ao qual pertence. No caso dos brancos, que possuem características físicas mais semelhantes às dos europeus, a ideologia racista define que esse grupo racial detém boa índole, cultura superior, seriam intelectuais e dotados de valores éticos e civilizatórios, enquanto os negros, indivíduos que possuem características físicas mais próximas dos africanos, detêm má índole, cultura inferior (ou falta de cultura), não serviriam para o trabalho intelectual, uma vez que não possuiriam intelecto e não seriam dotados de valores éticos e civilizatórios.

A ideia de Munanga se aproxima da ideia de Stuart Hall (2006) a partir do reforço, segundo Hall, de que o racismo é uma ideologia ao afirmar que:

> Por ideologia eu compreendo os referenciais mentais – linguagens, conceitos, categorias, conjunto de imagens do pensamento e sistemas de representação que as diferentes classes e grupos sociais empregam para dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível a forma como a sociedade funciona. (HALL, 2006, p. 250)

A partir dos estereótipos e das representações que foram determinados para cada grupo social, a sociedade passou a funcionar reproduzindo essa ideologia de diferentes formas ao longo dos cinco séculos desde que os primeiros africanos pisaram em solo brasileiro. De acordo com Souza (2014):

> O período da escravidão, as condições de vida após o processo de Abolição e as visões predominantes sobre o negro no período da Primeira República, ensejaram um conjunto de estereótipos que atribuíram ao negro toda uma série de estigmas que o perfilaram como um perigo e um estorvo para a sociedade. (SOUZA, 2014, p. 6)

Para entendermos como o racismo atua na nossa sociedade nos tempos atuais, faz-se necessário traçar uma breve linha do tempo, tendo como ponto de partida o período da escravidão dos africanos, no comércio transatlântico de escravos no século 16. Um dos fatores da escravização dos africanos começou com uma justificativa religiosa, a partir de uma passagem bíblica em que o personagem Cam, ao desrespeitar o próprio pai, foi amaldiçoado juntamente com seus descendentes, e essa maldição iria transparecer na pele. Com isso, a cor da pele dos africanos foi questionada.

Após o fim da escravidão, o indivíduo negro passou a ser uma pessoa livre, mas, aos olhos da sociedade da época, era um ser inferior, desprovido de inteligência, imoral, depravado e um atraso para o processo civilizatório brasileiro. Para justificar a inferioridade dos negros, a partir do século 19 (trezentos anos após a justificativa religiosa), buscou-se justificar o preconceito a partir dos conceitos científicos, como a hierarquização das raças.

> No século 19, como tudo era científico, os pensadores tentavam justificar tudo pela ciência. Eles vão tentar usar métodos científicos para mostrar o porquê de eles estarem certos. E esse pensamento passa a acreditar que realmente a raça branca é a única raça boa da humanidade. [...] E que é uma raça que pode dominar as outras porque ela é perfeita. (NETTO, 2022, p. 1).

A partir do racismo científico, a genética das pessoas negras passou a ser utilizada como justificativa para afirmar porque todos os negros eram criminosos, ignorando completamente todo o histórico sociocultural em que essas pessoas foram submetidas, sem acesso à educação, oportunidade e dignidade. O médico e pesquisador italiano Cesare Lombroso realizou a antropometria, estudo de tamanho e proporções corporais humanas, em pessoas que eram criminosas. Para o estudo, ele visitou 11 penitenciárias, fez as medições e determinou que as características das pessoas negras se encaixariam perfeitamente em um perfil criminoso. Estudos como esse contribuíram para que os estigmas que as pessoas negras carregavam ficassem ainda mais fortes.

Para avançar na leitura, vale conceituar um termo que é muito importante para a compreensão das dinâmicas raciais no Brasil: a democracia racial, que partiu da ideia de que a mestiçagem das raças criou uma sociedade original, pacífica e harmoniosa. Através do contato de negros, brancos e indígenas, o brasileiro seria a síntese cultural e mestiça dessas raças. Eles viviam em harmonia, e no Brasil, não existe preconceito, afinal, é o país cujo samba e capoeira, elementos identitários da população negra, são tombados como patrimônio cultural do país e da humanidade.

De acordo com Guimarães (2001), o termo, em sua literalidade, foi usado nos anos 1950 por ativistas negros para promover a inclusão racial na modernidade brasileira, mas essa ideia foi desfeita após o golpe militar de 1964. Nos anos 1980, a crítica à democracia racial se tornou uma ferramenta central na luta dos negros por mais participação na sociedade.

Desse modo, no início de 1930, nesse contexto e sob o discurso ideológico da democracia racial, aos olhos da sociedade, o negro não era mais visto como um fardo, mas ainda era visto como inepto, agressivo e incapaz para o trabalho que não fosse braçal. Assim como o indígena, ele foi inserido na sociedade como trabalhador, a partir da venda (extremamente desvalorizada) de sua força física, como mão de obra, enquanto os brancos assumiram o papel de empresários, com a responsabilidade de comprar essa força de trabalho, embora ainda houvesse muita resistência. De acordo com Ianni (2004):

> Nesse sentido é que a revolução burguesa não resolveu o problema racial. Transformou o negro, índio e imigrante em trabalhadores; mas não os transformou em cidadãos. [...] Na prática há uma larga desigualdade racial, entre outras desigualdades sociais, além das diferenças de classes. (IANNI, 2004, p. 355)

Embora pareça que o racismo não se apresenta a partir da década de 1930, o professor Sílvio Almeida (2019) é enfático ao afirmar que:

> A substituição do racismo científico e do discurso de inferioridade das raças pelo "relativismo cultural" e pelo "multiculturalismo" não se explica por uma "revolução interior" ou por uma "evolução do espírito", mas por mudanças na estrutura econômica e política que exigem formas mais sofisticadas de dominação. O incremento das técnicas de exploração econômica é acompanhado de uma evolução das técnicas de violência e opressão, dentre as quais, o racismo. (ALMEIDA, 2019, p. 46).

Afinal, nesse período, o racismo já não ousa aparecer sem disfarces (ALMEIDA, 2019) e, desta forma, a discriminação racial, que antes era desmascarada, passa a se tornar sutil e quase imperceptível. Por isso, é extremamente importante compreender como e em quais circunstâncias essa dominação de um determinado grupo racial sobre o outro acontece. Ainda de acordo com o autor:

> A permanência do racismo exige, em primeiro lugar, a criação e a recriação de um imaginário social em que determinadas características biológicas ou práticas culturais sejam associadas à raça e, em segundo lugar, que a desigualdade social seja naturalmente atribuída à identidade racial dos indivíduos ou, de outro modo, que a sociedade se torne indiferente ao modo com que determinados grupos raciais detêm privilégios. (ALMEIDA, 2019, p. 47)

A partir da pequena linha do tempo traçada nas primeiras páginas deste capítulo, podemos compreender que o racismo, como consequência da escravização, nunca deixou de existir, mas foi mudando a sua roupagem e o seu discurso ao longo dos séculos. Por ser uma ideologia racial construída historicamente, como foi mencionado no início do capítulo, a nossa sociedade chegou aos tempos atuais ainda reproduzindo estereótipos, discursos e estigmas que acompanham a população negra por gerações. Em consequência da falta de acesso à educação, oportunidades e referências positivas, a maior parte da população negra encontra-se em subempregos, em posição de subserviência e ocupando a base da pirâmide social.

De acordo com Almeida (2019):

> A soma do racismo histórico e da meritocracia permite que a desigualdade racial vivenciada na forma de pobreza, desemprego e privação material seja entendida como falta de mérito dos indivíduos. A meritocracia se manifesta por meio de mecanismos institucionais, como os processos seletivos das universidades e os concursos públicos. Uma vez que a desigualdade educacional está relacionada com a desigualdade racial, mesmo nos sistemas de ensino públicos e universalizados, o perfil racial dos ocupantes de cargos de prestígio no setor público e dos estudantes nas universidades mais concorridas reafirma o imaginário que, em geral, associa competência e mérito a condições como branquitude, masculinidade e heterossexualidade e cisnormatividade. (ALMEIDA, 2019, p. 51)

Para completar o conjunto meritocrático de mecanismos institucionais, temos os meios de comunicação por meio da difusão de padrões culturais e estéticos, valores civilizatórios e comportamentais, como veremos nas próximas páginas.

1.1 - Negritude e representação

Para elucidar sobre a representação, conceito chave para a compreensão de como se deu a construção representacional da população negra no Brasil, trago as ideias de Hall (2006 e 2016), González (2020) e Filho (2020) como articuladores da discussão.

Na vida enquanto sociedade, os indivíduos estão constantemente rodeados de linguagens, ou seja, um sistema representacional que se manifesta através de signos e símbolos – escrita, sons e imagens – que visam emitir uma representação para os outros sobre o que somos, sentimos e pensamos, nossos conceitos e ideologias. Para embasar nosso capítulo, os estudos de Stuart Hall (2016) nos fazem compreender como as imagens que vemos constantemente em nossa volta nos ajudam a entender como funciona o mundo em que vivemos, como essas imagens apresentam realidades, valores, identidades e, principalmente, definem quem pode e quem não pode, quem ganha e quem perde, quem ascende e quem descende, quem é incluído e quem é excluído. Segundo o autor:

> Representação é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura. Representar envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos. Entretanto, esse é um processo longe de ser simples e direto. (HALL, 2016, p. 31)

Ou seja, de forma simplificada, a representação é a soma da linguagem e do significado (linguagem + significado = representação), o resultado de uma produção de sentido cujo objetivo é a comunicação com os outros. É "por intermédio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência, àquilo que somos e àquilo que podemos nos tornar" (WOODWARD, 2000, p. 17). Na história da população negra, é possível compreender a representação negativa dessas pessoas como uma construção imagética com o objetivo de enfraquecê-los e assegurar a manutenção do poder hegemônico da branquitude. De acordo com o autor, é a partir das representações que podem surgir ações como a "estereotipagem", que segundo Filho (2004), pode ser definido como:

> Esta segunda conceituação, de índole ostensivamente política, apresenta os estereótipos como construções simbólicas enviesadas, infensas à ponderação racional e resistentes à mudança social. A disseminação, pelos meios de comunicação de massa, de representações inadequadas de estrangeiros, classes sociais e outras comunidades é destacada como um sensível problema para o processo democrático. (FILHO, 2004, p. 3)

A partir dos estereótipos formados para representar pessoas negras, cria-se um processo de exclusão, violência e adoecimento psíquico, usado como ferramenta de controle de poder, como explica o autor supracitado:

> os estereótipos ambicionam impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração; da justificação e da racionalização de comportamentos hostis e, in extremis, letais (...) Estereótipos, por exemplo, sobre a predisposição natural dos negros para atividades físicas e trabalhos braçais ou, na melhor das hipóteses, esportes e dança, em detrimento de tarefas e ocupações intelectuais, almejam explicar e justificar sua escassa presença nos níveis superiores de ensino, em sociedades cuja ideologia oficial é a democracia racial. (FILHO, 2004, p. 3)

As ideias de Hall (2016) aproximam-se às de Filho (2004) quando o autor reforça que:

> A repetição e a fixação de estereótipos por meio de argumentos/discursos impõem a existência de uma única verdade como forma de manter modelos de subordinação e dominação. A fixação de discursos estereotipados é realizada por meio de variadas formas de representações, em diferentes épocas, locais e culturas, que utilizam os meios de comunicação/mídias para relacionar seus diferentes significados, constituindo um "regime de representações" (HALL, 2016, p. 150).

O autor ainda aprofunda o processo de estereotipagem na seguinte constatação:

> Os estereótipos se apossam das poucas características "simples, vívidas, memoráveis, facilmente compreendidas e amplamente reconhecidas" sobre uma pessoa; tudo sobre ela é reduzido a essas trações que são, depois, exagerados e simplificados. Este é o processo que descrevemos anteriormente. Então, o primeiro ponto é que a estereotipagem reduz, essencializa, naturaliza e fixa "a diferença". Em segundo lugar, a estereotipagem implanta uma estratégia de "cisão", que divide o normal e aceitável do anormal e inaceitável. Em seguida, exclui ou expele tudo o que não cabe, o que é diferente. A estereotipagem, em outras palavras, é a parte da manutenção da ordem social e simbólica. Ela estabelece uma fronteira simbólica entre o "normal" e o "pervertido", o "normal" e o "patológico", o "aceitável" e o "inaceitável", o "pertencente" e o que não pertence ou é o "Outro", entre "pessoas de dentro (insiders) e "forasteiros" (outsiders), entre nós e eles. [...] O terceiro ponto é que a estereotipagem tende a ocorrer onde existem enormes desigualdades de poder. (HALL, 2016, p. 190)

Para além de Hall (2016), Lélia González (2020) é uma importante autora para esclarecer como fica a situação das mulheres negras nesse processo de estereotipagem, uma vez que a autora afirma que representações negativas das mulheres negras na sociedade brasileira são decorrentes da articulação entre o racismo e o sexismo e se manifestaram de diversas formas.

Dialogando com o pensamento de Hall, a intelectual brasileira Lélia González (2020) analisa as representações das mulheres negras costumeiramente veiculadas na sociedade, a partir de três noções, todas atribuições de um mesmo sujeito: a mulata, a doméstica e a mãe preta. De acordo com a autora, as mulheres negras, de modo geral, são enquadradas em uma dessas categorias, dependendo somente da situação em que são vistas. Isso significa dizer que a maneira como as mulheres negras são vistas definirá qual papel representará em determinado contexto, que estão centrados nessas noções estereotipadas de mãe preta, mulata e empregada doméstica.

A narração do papel da mãe preta, por exemplo, funciona apenas sob o prisma da ética do cuidado, renegando toda sua resistência, individualidade e história, perpetua-se e acaba por reforçar um estereótipo a ser carregado pelas mulheres negras. Assim, o imaginário social é constantemente atualizado e, ainda hoje, "a mãe preta" representa o esperado da mulher negra pela sociedade branca e de classe média: resignação, passividade diante das situações de violência e opressão. Além disso, espera-se subserviência e cuidado, principalmente com os mais poderosos.

A constante associação da mulher negra às figuras de empregada doméstica, passista sexy de escola de samba, faxineira, prostituta, secretária e diversos cargos de subserviência é resultado de décadas de estereotipagem na TV, produções artísticas e na própria construção social, em que, durante muito tempo, as pessoas negras eram impedidas de ocupar certos espaços. A mídia tem um papel crucial nessa construção de estereótipos, o que influencia diretamente na forma como as pessoas negras enxergam a si e os seus semelhantes.

Joel Zito Araújo (2000), cineasta e pesquisador, fez uma grande pesquisa sobre as telenovelas, intitulada "A negação do Brasil", realizadas entre os anos 1960 e 1990, a fim de compreender a representação e a representatividade negras nas telenovelas brasileiras e nos aponta situações que atores negros e atrizes negras enfrentam ao se verem tendo oportunidades apenas para representarem papeis estereotipados, além da influência que as telenovelas têm na construção do imaginário social, reforçando as características que foram historicamente construídas sobre as pessoas negras, excluindo todo o contexto sociocultural a que elas foram submetidas. Segundo Gonzalez (2020):

> [...] Se o negro não ascendeu socialmente e não participa com maior efetividade nos processos políticos, sociais, econômicos e culturais, o único culpado é ele próprio. Dadas as suas características de "preguiça", "irresponsabilidade", "alcoolismo", "infantilidade", etc, ele só pode desempenhar, naturalmente, os papeis sociais mais inferiores. (GONZALEZ, 2020, p. 38)

Além da contribuição da mídia, o próprio racismo estrutural presta grandes serviços a essa ideologia, uma vez que existe uma balança extremamente desproporcional à quantidade de pessoas negras ocupando cargos estratégicos e de lideranças em grandes empresas e à quantidade destas pessoas em subempregos. Ainda de acordo com Gonzalez (2020):

> Diferentes pensamentos teóricos vêm buscando explicar a situação da população de cor (negros e mulatos) em nosso país, na medida em que tal situação se traduz numa participação mínima nos processos políticos, econômico e cultural. (GONZALEZ, 2020, p. 31)

Nesse sentido, a ideia de Stuart Hall (2016) aproxima-se do pensamento de González (2020) ao constatar que, no contexto da "representação como política", não ter voz ou não se ver representado pode significar nada menos do que opressão existencial.

E essa falta de representatividade nos espaços de poder culminou em diversas gerações de mulheres negras com baixa estima, falta de perspectiva, falta de referências positivas e com um olhar sobre si condicionado a como são percebidas e tratadas nos diferentes espaços de socialização ou em como são representadas em obras audiovisuais, literárias e cênicas.

Nesse sentido, o 'tornar-se negra', que será maior aprofundado no próximo subcapítulo, aparece como uma possibilidade de mudar essa realidade, que conforme González (2020):

> O "tornar-se negra" anuncia um processo social de construção de identidades, de resistência política, pois reside na recusa de se deixar definir pelo olhar do outro e no rompimento com o embranquecimento; significa a autodefinição, a valorização e a recuperação da história e do legado cultural negro, traduzindo um posicionamento político de estar no mundo para exercer o papel de protagonista de um devir histórico comprometido com o enfrentamento do racismo. (GONZALEZ, 1988, p. 2.)

1.2- O processo de tornar-se negra

Para aprofundar o capítulo, tomaremos os pensamentos de Fanon (2020), Souza (2021) e Kilomba (2019) como articuladores principais das discussões, mas sem nos limitarmos apenas a eles, a fim de compreender a complexidade e o impacto dos discursos normativistas brancos e racistas que adoecem e traumatizam o processo identitário das pessoas negras.

Tornar-se negro no Brasil, como disse a célebre psiquiatra e intelectual brasileira Neusa Santos Souza (1983), é um processo tenso e complexo. O país, cuja população

negra sofreu com o apagamento, silenciamento e subjugação, possui um poderoso pacto narcísico da branquitude (Bento, 2022). Para compreender o conceito cunhado pela escritora Maria Aparecida da Silva Bento (2022), faz-se necessário rememorar a história de Narciso. Segundo a mitologia grega, Narciso era um jovem dotado de uma beleza singular que atraía a paixão de muitas ninfas, mas, por ser muito vaidoso e egoísta, só conseguia amar a si mesmo. Em uma oportunidade, ao ver sua própria imagem refletida em um lago, apaixonou-se por ela e permaneceu contemplando-a ininterruptamente, o que o paralisou, levando-o a definhar até a morte. Nesse sentido, assim como o personagem, a casa-grande adotou uma sobrevalorização de si, nutrindo um amor acentuado por sua própria imagem e, consequentemente, depreciando a imagem de outros grupos raciais e pactuando um lugar de subalternidade para corpos negros e indígenas no período colonial.

Nos tempos modernos, o termo casa-grande, metaforicamente, representa um lugar social que dá acesso a determinados privilégios aos brancos, que ainda permanece intacto. E, assim, os grupos dominantes, com o intuito de conservar seus privilégios, inconscientemente, (re)pactuam a manutenção de poder e, por isso, essa construção extremamente estereotipada construída no período colonial permanece, até hoje, inalterada. Esse conceito foi trazido a fim de traduzir, nestas poucas linhas, os desafios e complexidades da experiência de ser negra em uma sociedade branca, desde sua ideologia, estética, expectativas e comportamentos. Como afirma Souza (1983):

> Saber-se negra é viver a experiência de ter sido massacrada em sua identidade, confundida em suas expectativas, submetidas a exigências, compelidas a expectativas alienadas. Mas é também, e sobretudo, a experiência de comprometer-se a resgatar sua história e recriar-se em suas potencialidades. (SOUZA, 1983, p. 18)

Como estratégia de sobrevivência, muitas mulheres negras, sobretudo as de pele mais clara, ajustaram suas aparências a fim de se assemelharem ao estereótipo europeu: cabelos lisos, nariz fino e olhos claros. A passabilidade dessas mulheres, devido à tonalidade de suas peles, faz com que a tolerância ao ocupar determinados espaços seja maior, o que não é possível para as mulheres de pele escura/retintas. Mas por que aguentar tantos processos químicos no cabelo, procedimentos estéticos e seguir um padrão comportamental? Como nos falam Cida Bento (2022) e Frantz Fanon (2020), o branco

constituiu a si mesmo como modelo universal de humanidade. Nesse sentido, Souza (1983) constata que:

> O negro que se empenha na conquista da ascensão social paga o preço do massacre mais ou menos dramático de sua identidade. Afastado dos seus valores originais, representados fundamentalmente por sua herança religiosa, o negro tomou o branco como modelo de identificação, como única possibilidade de "tornar-se gente". (SOUZA, 1983, p. 18)

Desse modo, alcançar o sucesso, galgar certos espaços e ser considerada bonita, atraente e educada diante os olhos da sociedade significa estar dentro de estereótipos pré-determinados, ter comportamento, habilidades e modos que são estabelecidos por um determinado grupo de pessoas que ditam as regras sociais do nosso país durante séculos. Ou seja, possuir parâmetros e valores civilizatórios eurocêntricos para ser digna e considerada gente. Nesse sentido, conforme SOUZA (1983):

> Ao deparar-se com a materialidade social de que “ser bem tratado era ser tratado como o branco”, o sujeito negro se percebe inserido em um campo de apelo e desejo de assemelhar-se ao branco, para ser respeitado, para ser visto como igualmente humano, ainda que isto implique alienar-se de sua marca racial. O caminho percorrido para esse assemelhamento ao branco é o da ascensão social, pois este significante “branco” carrega consigo marcas simbólicas determinadas que se ligam a um status de ordem econômico-social. (SOUZA, 1983, p. 18)

As ideias de Souza (1983) dialogam com as de Fanon (2020), também psiquiatra, que, em sua obra *Pele negra, máscaras brancas* (2020), analisa o impacto do racismo e do colonialismo, enfatizando seus efeitos cruelmente destrutivos, especialmente os mecanismos de alienação que moldam a relação entre pessoas negras e brancas, reproduzindo as hierarquias que embasam essas dinâmicas raciais. Segundo o autor, nos esforços para serem aceitos na sociedade, os negros passam a tentar assemelhar-se aos brancos, tanto esteticamente, quanto culturalmente, mas ainda assim não é suficiente, uma vez que não é possível alterar a cor da própria pele. Segundo o autor:

> Se ele se encontra a tal ponto submerso pelo desejo de ser branco, é que vive em uma sociedade que torna possível seu complexo de inferioridade, em uma sociedade cuja consistência depende da manutenção desse complexo, em uma sociedade que afirma a

> superioridade de uma raça; é na medida exata em que esta sociedade lhe causa dificuldades que ele é colocado em uma situação neurótica (FANON, 2020, p. 95).

A partir desse desejo de parecer branco, as pessoas negras acabam desenvolvendo um complexo de inferioridade, adoecimento psíquico e, principalmente, alienação. A ideia de Santos (1983) aproxima-se em:

> A estrutura psíquica de qualquer indivíduo solicita um modelo ideal a partir do qual o sujeito irá se constituir, que se pauta tanto na idealização dos pais, ou substitutos, quanto em ideais coletivos. Este modelo é compreendido, na psicanálise, como ideal de ego, que é da ordem do simbólico. "O ideal do ego é, portanto, a instância que estrutura o sujeito psíquico, vinculando-o à lei e à ordem. É o lugar do discurso". Sendo o discurso social um discurso racista, o sujeito irá eleger o não negro, ou seja, o branco, como ideal de ego privilegiado. (SOUZA, 1983, p. 64)

Ou seja, na ausência de uma referência positiva de um modelo de pessoas negras, o sujeito negro tende a tentar projetar um modelo de identidade que reflete o ideal da brancura. Neste contexto, Fanon (2020) defende que para mudar essa realidade, faz-se necessário um processo de desalienação, que segundo ele:

> No entanto, permanece evidente que a verdadeira desalienação do negro implica uma súbita tomada de consciência das realidades econômicas e sociais. Só há complexo de inferioridade após um duplo processo: - inicialmente econômico; - em seguida, pela interiorização, ou melhor epidermização dessa inferioridade (FANON, 2020, p. 28).

A possibilidade de uma saída através da consciência racial é uma solução possível para Souza (1983), que:

> Tornar-se negro/a é, portanto, uma saída possível ao sofrimento efeito do racismo, que exige, como condição de cura, a construção pelo/a negro/a de uma nova identidade que "lhe dê feições próprias", que, pautada na desidentificação ao ideal de ego branco, permita que identificações positivas com a negritude emerjam como elementos sobre os quais se possa construir a si e, como efeito, sustentar facilitadores de transformação da história "individual e coletiva, social e psicológica" (SOUZA, 1983, p. 116).

Nesse sentido, para contextualizar sobre a realidade das mulheres negras nesse ambiente de 'tornar-se negra', nosso objeto de estudo, trago a contribuição de Kilomba (2019) que reforça como essas mulheres são sistematicamente silenciadas por estruturas que as oprime e invisibilizam, desde a estética, quanto à cultura. A autora aborda a subjetividade das pessoas negras a partir do momento em que elas 'tornam-se' autoras de sua própria história (2019, p. 28), uma vez que a passagem de "objeto (aquele que é definido pelo outro,) para sujeito (aquele que pode definir a sua própria realidade, suas história e identidade)", quando as mulheres negras passam a tomar consciência racial e mudam o olhar sobre si, marca a fala ou a escrita de si como um ato político e de descolonização (KILOMBA, 2019). Essa reivindicação da sua própria narrativa e construção identitária é percebida por Souza (1983) como: "ser negro não é uma condição dada, a priori. É um vir a ser. Ser negro é tornar-se negro. Tornar-se negro/a passa, portanto, por descobrir e produzir uma fala, uma linguagem sobre si, não preexistente" (SOUZA, 1983, p. 115).

Essa nova construção identitária, muitas vezes, se esbarra no conceito de negritude, que é definido por Domingues (2005) como:

> Negritude passou a ser um conceito dinâmico, o qual tem um caráter político, ideológico e cultural. No terreno político, negritude serve de subsídio para a ação do movimento negro organizado. No campo ideológico, negritude pode ser entendida como processo de aquisição de uma consciência racial. Já na esfera cultural, negritude é a tendência de valorização de toda manifestação cultural de matriz africana (DOMINGUES, 2005, p. 25).

Desse modo, é possível compreender a negritude como um espaço que acolhe as narrativas assumidas e contadas por aqueles que se reconhecem como negros, desde as denúncias de práticas discriminatórias até o empoderamento (conceito que será aprofundado nos próximos capítulos). Na contemporaneidade, Weschenfelder e Fabris (2019) reforçam que:

> Ao configurar como o movimento social mais importante na contemporaneidade, o movimento das mulheres negras vem ampliando e ao mesmo tempo delineando o espaço da negritude nos cenários nacional e internacional. No Brasil, o processo de subjetivação identitário vivenciado pelas mulheres negras é sem dúvida um dos movimentos mais potentes desde a emergência dos movimentos sociais

> no final da década de 1970. Embora não sejam todas as mulheres negras que vivenciem esse processo, a difusão da internet favorece o alcance cada vez maior destas discursividades, conduzindo cada vez mais sujeitos a olharem para si e perceberem-se como negras/os. (WESCHENFELDER; FABRIS, 2019, p. 11).

O espaço de negritude situado no ambiente virtual nos dias de hoje, possibilitado pelo desenvolvimento tecnológico e digital, permite que esse processo de "tornar-se negra" possa ser compartilhado com cada vez mais pessoas, favorecendo o diálogo e a sororidade entre as mulheres, que, por diversos motivos, podem estar passando por um processo mais doloroso que outras. É um movimento "incorporado por diversos sujeitos negros, como forma de significar a própria vida" (NASCHIUTTI, 2022, p.11). "Tornar-se negro no sentido de se empoderar, no sentido de se valorizar e de entender e conhecer o seu lugar, não o lugar que querem onde estejamos, mas o lugar que queremos estar" (NASCIMENTO, 2022 apud NASCHIUTTI, 2022, p.11).

Para compreender a evolução na autorrepresentação das mulheres negras, como efeito do movimento de tornar-se sujeitas de suas próprias narrativas a partir do processo de tornar-se negra, falaremos da fotografia como catalisador dessa mudança de perspectiva no próximo subcapítulo.

1.3 – A fotografia como catalisador de mudança de perspectiva na autorrepresentação de mulheres negras

A construção dos valores civilizatórios que moldaram o "lugar" da população negra na sociedade contou com uma ferramenta crucial: a fotografia. Segundo o dicionário Oxford Languages, fotografia significa "arte ou processo de reproduzir imagens sobre uma superfície fotossensível (como um filme), pela ação de energia radiante, esp. a luz.". Mas para a construção imagética que estigmatizou a representação da população negra, que foi trazida à força de suas terras e teve sua humanidade cruelmente violada, a fotografia foi uma ferramenta poderosa que contribuiu com a manutenção da ideologia racista, cujas consequências reverberam na sociedade até os dias atuais.

De acordo com a fotógrafa Vilma Neres Bispo (2016), a fotografia vai muito além de registrar momentos, cenários ou espaços. Segundo a autora, "compreendemos que a imagem fotográfica pode ditar e reforçar padrões, revelar violências, revelar afetos e compromissos, e uma série de outros sentimentos comuns a nós humanos. (BISPO, 2016, p. 17).

Ou seja, a fotografia, atuando como "conjunto de diversos elementos e referenciais mentais", como mencionado por Hall (2006, p. 50) no início do capítulo 1 deste trabalho, prestou grandes contribuições à propagação de estereótipos negativos da população negra, sobretudo das mulheres. Para aprofundar um pouco mais nessa significativa cooperação, trago uma breve contextualização sobre a era da expansão industrial europeia na virada do século XIX para o século XX, onde o rápido desenvolvimento e a propagação da fotografia reproduziram escalas milionárias em seus primeiros anos. Dessa forma, a apreciação e circulação da imagem fotográfica foi inserida em uma rede de circulação transnacional, principalmente por meio de cartões-postais, que, de acordo com Cibele Barbosa (2021), conduziu novos padrões. De acordo com a autora:

> (...) dimensão atlântica, transnacional do circuito das imagens de populações negras estampadas nas fotografias comerciais, mais precisamente nas reproduzidas em cartão-postal, sob um regime de visualidade colonialista que estabeleceu convenções de apreensão do olhar e condicionou hábitos visuais, interferindo direta ou indiretamente na construção de alteridades e discursos de subalternidades, principalmente no tocante a questões de cunho racial e de gênero. (BARBOSA, 2021, p. 532)

A autora reforça ainda que:

> A virada do século XIX para o XX representa uma nova etapa nos usos de representações visuais de populações negras africanas e afrodiaspóricas, o que McClintock (2010) define como a passagem do racismo científico – materializado nos escritos de viajantes e etnólogos e nos periódicos científicos – para o racismo mercantil, que converteu essas teorias raciais e narrativas do progresso em espetáculos de consumo produzidos em massa. (BARBOSA, 2021, p. 533)

Em um cenário de grande expansão de produtos fotográficos a nível global, a mercantilização de representações possibilitada por viajantes, jornalistas e escritores

proporcionou uma verdadeira sociedade do espetáculo, onde corpos negros passaram a estampar diversos cartões-postais, e, apesar de ter sido em um período após a abolição da escravatura e no início dos anos de República, carregavam heranças da escravidão, mantendo representações de mulheres e de homens negros sustentando estruturas objetificantes dessas populações, desta vez sob modelos visuais e legendas integradas aos critérios europeus de edição e circulação de imagens "exóticas", "diferentes" e "etnográficas."

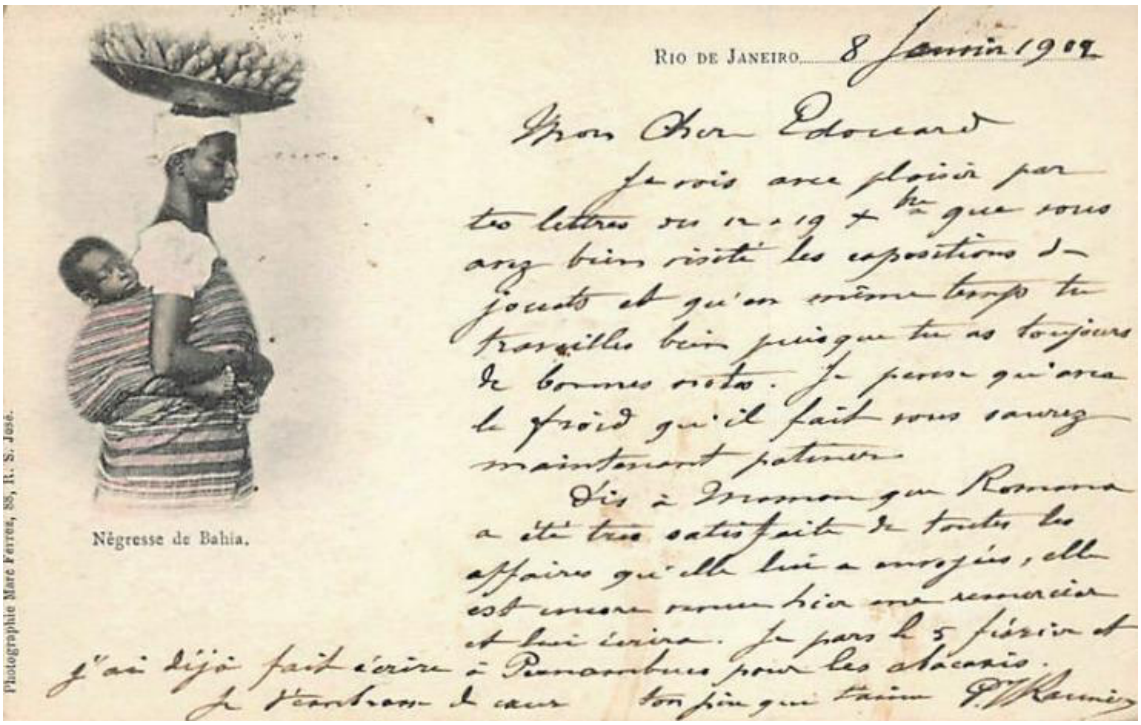


Figura 1 - *Négresse da Bahia*. Bilhete postal datado de 8 de janeiro de 1909
Fonte: BARBOSA (2021)

Na imagem extraída do artigo de Cibele Barbosa (2021), intitulado "Imagens afro-atlânticas: usos e circuitos transnacionais da fotografia de populações negras nos tempos do colonialismo", podemos observar um cartão postal, com uma mulher negra carregando uma criança nas costas e uma cesta de frutas na cabeça, no que parece ser uma vendedora. De acordo com Barbosa (2021), no centro do cartão, o remetente do Rio descreve a imagem com os seguintes dizeres escritos à mão: "tipo negro descendente da raça africana, importada ao Brasil pelos portugueses, em 1600 e 1700. Raça forte, limpa e boa

para o serviço de limpeza e agricultura, aquela que resiste [...] ao clima quente". (BARBOSA, 2021, p. 542).

A imagem acima deixa claro como a fotografia foi uma ferramenta considerada uma das responsáveis pela propagação negativa de estereótipos das pessoas negras, que, mesmo com o passar de mais de cem anos, reverbera na representação social que ocupa o imaginário popular nos dias atuais, em que mulheres negras servem apenas para o trabalho relacionado ao cuidado e o doméstico, com as características de "raça forte" que suporta o trabalho pesado, resiste ao clima quente e é boa apenas para o trabalho do lar. Nesse sentido, a representação da mulata, conceituada por González (2020) fica evidente:

> A mulata acolhe dois significados, o tradicional, resultante da mestiçagem; e outro, atualizado pela exploração econômica, no qual representa "mercadoria, produto de exportação". (...) a percepção da mulata como invenção do português, nos remete à instituição da "raça negra como objeto" pelo colonizador. Nesse caso, a mulata é crioula, ou seja, negra nascida no Brasil, não importando as construções baseadas nos diferentes tons de pele. Portanto, a invenção da mulata objetifica os negros, de modo geral, e a mulher negra, de modo particular. (GONZALEZ, 1983, p. 239)

Além disso, pode-se observar que a identidade da mulher não foi revelada, retirando-lhe toda a humanidade ao ser reduzida apenas a "aquela que serve para a limpeza". Em outros cartões-postais, é possível perceber a presença de corpos negros em locais como conjuntos de habitações populares, comunidades marginalizadas, em que existe uma falta de infraestrutura e saneamento básico, coleta de lixo, redes de esgoto e tudo que oferece uma moradia digna e adequada. Faz parecer que essas pessoas, naturalmente, pertencem a esses lugares, tanto em locais de situação de degradação, quanto a posições de subalternidade. Seguem exemplos abaixo:



Figura 2 - Lunana. Idylle à 70 ans. (Africains au Brézil). Idílio aos 70 anos (Africanos no Brasil). Porto Alegre. Cartão-postal datado de 24 jun. 1902 (Coleção Josebias Bandeira. Fundação Joaquim Nabuco).
Fonte: BARBOSA (2021)



Figura 3 - Christiano Júnior. Escrava de ganho, vendedora. Bilhete postal datado em 1865.
Fonte: BARBOSA (2021)



Figura 4 - Cartão Postal. Acervo Fundação Gregório de Mattos, Salvador
Fonte: Dicionário Manuel Querino de Arte na Bahia[8]

A imagem estereotipada e desumanizada da população negra, é entendida pela socióloga feminista, Patricia Hill Collins (2000) como imagens de controle (controlling images), uma vez que procuram fomentar uma definição dessa população como "outro" objetificado, desumanizado. A autora salienta que a função de desumanização serve para justificar o controle dos grupos, já que as imagens de controle são designadas para mascarar o racismo, o sexismo, a miséria e diversas outras injustiças sociais, fazendo-os parecer natural, normal e parte inevitável do cotidiano, sendo, assim, fundamentais para a manutenção das desigualdades sociais.

No período do Brasil República, houve uma massiva representação da população negra em diversos cartões-postais e cartões de visita, em que a imagem dessas pessoas ocupavam, quase sempre, uma posição central na peça gráfica, que reflete bem a definição

[8] Você pode conferir em: http://www.dicionario.belasartes.ufba.br/wp/verbete/rodolpho-lindemann/ Acesso em 15/09/2024.

de Muaze (2017, p. 38) de que: “os registros dos corpos negros tinham valor de venda, eram mercadorias passíveis de consumo público em razão de sua peculiaridade, particularidade e exotismo”. As ideias do autor aproximam-se às de Barbosa (2021) quando a autora constata que:

> A posição social das africanas e ‘mulatas’ parecia decididamente ser definida, para além de suas atividades domésticas, a partir do exercício de suas atividades públicas na rua como vendedoras, empregadas, carregadoras” (BARBOSA, 2021, p. 539).

As ideias de Neres (2016) complementam Barbosa (2021) ao enfatizar que:

> Dos pontos de vista estético e ético, os negros estão nas margens da fotografia, tanto quanto ocupam as margens da sociedade. Isso implica dizer que o processo ideológico de diferenciação dos corpos tem como desdobramento a diferenciação dos espaços a serem ocupados. Os corpos negros – reduzidos à condição de objeto pela ideologia patriarcal e escravista – foram categorizados como modelo estético secundário sendo, por causa disso, empurrados para os espaços sociais desprivilegiados, tais como a senzala, as periferias urbanas e as colunas policiais dos periódicos. Os corpos brancos – sustentados como modelo estético dominante – se integraram aos espaços privilegiados da casa-grande e das colunas sociais. (NERES, 2016, p. 24)

Diante da citação da autora e compreendendo a fotografia como uma ferramenta historicamente negada à população negra, é extremamente poderoso ver, nos dias de hoje, meninas e mulheres negras com a possibilidade de tirarem suas próprias fotos através das *selfies*. De acordo com a Universidade Federal de Lavras[9], em publicação no seu site oficial em 2017, “A palavra selfie está relacionada ao ato de tirar fotos de si mesmo, ou seja, corresponde ao termo autorretrato. Normalmente uma selfie é tirada pela própria pessoa que aparece na foto, com um celular que possua câmera incorporada.” Essa possibilidade contribui também para um deslocamento histórico da mulher negra do estado de *objeto* de narrativas para, efetivamente, *sujeito* de narrativas, e isso significa, na prática, narrar sobre suas próprias vivências e experiências, uma vez que “Apesar das mídias sociais continuarem sendo um propagador de padrões estéticos que contribuem

[9] Você pode conferir a publicação em: https://www.ufla.br/dcom/2017/09/18/dicas-de-portugues-a-selfie-ou-o-selfie-2/#:~:text=A%20palavra%20selfie%20est%C3%A1%20relacionada,amigos%20ou%20mesmo%20com%20celebridades. Acesso em 19/10/2024.

com a estimulação de um estereótipo, elas também são um caminho importante para a representatividade." (SOUZA, 2022, p.12).

Deste modo, a internet é um campo que oportuniza a modificação desses estereótipos ao dar espaço e protagonismo a influenciadores negros e negras que tomam as rédeas de suas narrativas ao produzirem discursos imagéticos empoderados que desafiam os referenciais mentais e sistemas de representação (HALL, 2006, p. 250) ao postarem fotos e vídeos em viagens internacionais, espaços de prestígio, roupas com tecidos nobres e elementos visuais que remetem ao luxo, imagem essa que rompe com o que o imáginario social está tão habituado. As ideias de Torquato (2021) aproximam-se às de Souza (1983) ao reforçar o compromisso das pessoas negras em "resgatar sua história e recriar-se em suas potencialidades" (SOUZA, 1983, p.18). Afinal, "de tal modo, ser capaz de produzir conteúdo, reivindicando o protagonismo de suas narrativas é também uma forma de existir socialmente, rompendo o silenciamento naturalizado pela normatividade hegemônica" (TORQUATO, 2021, p. 4).

Para compreender como iniciou esse processo de reivindicação do protagonismo da própria narrativa por mulheres negras, entenderemos no próximo subitem a transição capilar como um propulsor fundamental para autoafirmação e o autorreconhecimento dessas mulheres.

1.4- A autoafirmação e o autorreconhecimento a partir da transição capilar

Dentro dos elementos eurocêntricos necessários para ser aceito socialmente, encontra-se um único tipo de cabelo: liso e, preferencialmente, loiro. Esta tipologia é historicamente associada ao poder, beleza e desejo. A mídia, produções artísticas e cênicas prestaram um grande serviço à propagação desse tipo de cabelo como o sonho de consumo das mulheres, como, por exemplo, o filme de 1953 indicado ao Globo de Ouro, *Os Homens Preferem as Loiras*[10], exemplo materializado do desejo de ser loira, definido como: As representações da mulher atual, através de sua aparência, que buscam transmitir uma imagem sedutora e de poder. Esses atributos estão associados às significações do cabelo loiro como ideal a ser conquistado (SILVA e COSTA, 2023, p. 2).

[10] OS HOMENS PREFEREM AS LOIRAS, dirigido por Howard Hawks para a 20th Century Fox, com roteiro de Charles Lederer baseado no musical *Gentleman Prefer Blondes*, de Jule Styne e Leo Robin. 1953

Tendo esse tipo capilar como considerado o bonito, passaram a ser utilizados termos como "cabelo bom *versus* cabelo ruim", para se referir aos cabelos lisos, considerados bons, e os não-lisos (ondulados, cacheados e crespos), considerados ruins, conforme explica Gomes (2006):

> O cabelo como ícone identitário se destaca nesse processo de tensão, desde a recriação de penteados africanos, passando por uma estilização própria do negro do Novo Mundo, até os impactos do branqueamento. O cabelo do negro, visto como "ruim", é expressão do racismo e da desigualdade racial que recai sobre esse sujeito. Ver o cabelo do negro como "ruim" e do branco como "bom" expressa um conflito. Por isso, mudar o cabelo pode significar a tentativa do negro de sair do lugar da inferioridade ou a introjeção deste. (GOMES, 2006, p. 25)

Devido ao "cabelo ruim", que supostamente negava às meninas negras a realização do sonho de ser considerada a mais bonita da sala de aula, a noiva da dança de quadrilha na Festa Junina da escola, o sonho de ter cabelão, muitas mulheres se submeteram ao alisamento capilar ainda na adolescência, uma vez que seus cabelos crespos materializam uma série de conflitos raciais vividos na nossa sociedade. De acordo com uma pesquisa da Unilever, realizada pela Kantar WorldPanel[11] em 2012, 51,4% das brasileiras tinham os cabelos originalmente cacheados ou crespos. Mas o formato ideal ainda dividia opiniões: 15,9% alisavam e 5,5% relaxavam os fios, dando aspecto ondulado.

De acordo com Oliveira e Mattos (2019), podemos observar o quanto o cabelo é político: no artigo "Identidades em transição: Narrativas de mulheres negras sobre cabelos, técnicas de embranquecimento e racismo" (2019), há relatos de diversas mulheres negras, que contam como sofreram com comentários maldosos sobre seus cabelos na infância e adolescência e que, por isso, decidiram se submeter ao alisamento capilar ainda cedo. Outro relato de uma moça conta como ela era preterida na escola, e ninguém queria fazer par com ela nas quadrilhas das festas juninas.

Os relatos confirmam o quanto a infância e a adolescência são períodos de grande importância nos processos de subjetivação das mulheres negras. Em uma fase da vida em

[11] Revista A volta dos cachos, ed 2017, disponível em: https://www.cosmeticsonline.com.br/ct/revista_edicao/revista_edicao.php?edicao=Outubro_2017 Acessado em março de 2024

que é formada a construção de identidade, a experiência negativa vivida a partir dos cabelos crespos produz o desejo de mudá-los ou, mais especificamente, alisá-los.

Ainda de acordo com Oliveira e Mattos (2019), as experiências racistas vividas por meninas negras a partir de seus cabelos produzem sofrimento e marcam profundamente a sua relação com o corpo. A construção da subjetividade de mulheres negras em contextos racistas é marcada por experiências muito íntimas de rejeição do próprio corpo e de negação de sua própria raça. E, ainda, o cabelo crespo é demasiadamente associado ao fracasso, ao feio, deselegante e à pobreza, uma vez que se acreditava que quem tinha dinheiro era capaz de manter os cabelos bonitos – ou seja, alisados – e bem cuidados.

Nos últimos anos, as experiências de (re)descoberta de si, no reencontro de mulheres negras com seus cabelos crespos e cacheados, e os processos de transição capilar trazem vivências de empoderamento e representatividade para essas mulheres. A transição capilar, movimento que foi um marco em meados de 2015/2016, refere-se à volta ao cabelo natural cacheado/crespo que foi alisado por meio de procedimentos químicos. Deste modo, para que esse processo exista, é necessário, em um momento anterior, o alisamento químico ter acontecido e, a partir de então, é que podemos compreender a ocorrência da transição.



Figura 5 - Imagem da matéria “De volta às raízes”[12]
Fonte: Veja online (2018)

[12] https://veja.abril.com.br/cultura/de-volta-as-raizes

Embora a imagem seja extraída de uma matéria sobre a transição capilar, é possível fazer uma análise curiosa: a foto traz a mesma pessoa, a atriz Taís Araújo, e, na primeira imagem, com o cabelo cacheado, a roupa é decotada, com brilhos e aspecto sensual, enquanto, na segunda imagem, de cabelo liso, a roupa não possui decote, e é perceptível que se trata de um tecido de melhor qualidade, remetendo à elegância e figura da mulher recatada e poderosa. Essa imagem materializa o que Stuart Hall (2006) nos traz no início do capítulo 1 desta dissertação, em que um sistema representacional que se revela através de signos e símbolos –sobretudo, imagens – consegue emitir uma representação para os outros sobre conceitos e ideologias. Para facilitar o entendimento sobre representação e representatividade, segue uma breve explicação do conceito, que de acordo com Souza (2020):

> Representatividade, no seu sentido cru e literal, significa tudo aquilo que para o leitor é representativo, que causa autoidentificação e afinidade de imediato. Em outras palavras, é quando o leitor consegue se ver na obra e/ou nas características da personagem (físicas ou psicológicas). É fundamental para todos os jovens, independente de seus traços fenotípicos, verem um exemplo de sucesso parecido com ele. (SOUZA, 2020, p. 2).

Vemos aqui a importância da representatividade e do acesso a narrativas e referenciais de negritude para que outras práticas e escolhas sejam possíveis. É extremamente urgente que exista representação positiva de imagens diversas de negritude, uma vez que podem modificar a maneira como mulheres negras vivem as experiências a partir de seus cabelos, uma vez que, segundo Hall (2016):

> Palavras mudam seus sentidos. Os conceitos (significados) aos quais elas se referem também se modificam, historicamente, e toda transformação altera o mapa conceitual da cultura, levando diferentes culturas, em distintos momentos históricos, a classificar e pensar sobre o mundo de maneira diversa. Por muitos séculos, sociedades ocidentais associaram a palavra PRETO com tudo que era escuro, mau, proibido, diabólico, perigoso e pecaminoso. Contudo, pense em como a percepção das pessoas negras nos Estados Unidos mudou depois que a frase *"Black is beautiful"* [Preto é bonito] tornou-se um *slogan* famoso - na qual o *significante*, PRETO, foi levado a significar o sentido exatamente oposto *(significado)* às suas associações prévias. (HALL, 2016, p. 59)

De acordo com a afirmação de Hall (2016), compreendemos o empoderamento negro feminino como possibilidade de ruptura dos estigmas e padrões europeus como referência única de sucesso, poder, beleza e elegância, ressignificando o conceito do que é ser uma mulher poderosa e bem-sucedida.

1.5 - Mulheres negras e empoderamento

No contexto da internet e da globalização da informação, quando se pensa em empoderamento, de modo geral, a maior parte da sociedade associa o termo à mulher com autoestima elevada e amor próprio, a que se considera merecedora de conquistas importantes. Embora isso seja uma das imbricações do empoderamento feminino que conhecemos hoje, a origem do termo é muito antiga e vai além da esfera feminista. Grosso modo, significa "dar poder". Compreendendo que, na atual conjuntura, o termo tenha se esvaziado de seu significado original e tornou-se um conceito extremamente distorcido, complexo e incompreendido, em partes devido a sua reprodução desenfreada sem um direcionamento crítico, traremos um breve histórico da origem do termo para aprofundar os estudos e compreender o seu real impacto no objeto estudado.

De acordo com apontamentos feitos pela autora Rute Barquero (2012), a origem do conceito se deu na Reforma Protestante realizada na Europa no século 16, instigada pelo monge Martinho Lutero. O professor de teologia bíblica ficou inconformado com a venda de indulgências, ou seja, a remissão dos pecados que passou a ser cobrada financeiramente, e denunciou a corrupção da Igreja Católica ao desenvolver 95 teses criticando a igreja da qual fazia parte. Além de confrontar a Igreja, Lutero traduziu para o alemão os escritos bíblicos, que eram produzidos em latim e, por isso, eram inacessíveis para a população que viviam em situação de pobreza, que não dominava uma segunda língua e que, devido à falta de acesso à informação verídica, aceitava o que lhes era fornecido como palavra de Deus. Ou seja, já nesses tempos, na idade medieval, o conhecimento e a informação eram utilizados como instrumento de manipulação para controlar as camadas mais baixas da sociedade. É possível perceber o acesso à informação como um caminho para a libertação, e com a democratização do acesso à internet, a informação e o conhecimento tornaram-se mais acessíveis a comunidades que, até então,

não tinham conexão com esse tipo conteúdo, resultando em um aumento acerca dos debates relacionados a raça e identidade, como mencionado no início desta dissertação.

Entretanto, quando se utiliza o termo empoderamento no contexto atual, ressignificado pelas diversas teorias do feminismo negro e interseccional, segundo Berth (2023), refere-se a uma soma de atividades, da assertividade individual até a resistência, mobilização e protestos que questionam as bases das relações de poder. No caso de indivíduos e grupos que possuem acesso limitado aos recursos, que são definidos por classe, raça e gênero, o empoderamento começa quando eles reconhecem as forças sistêmicas de opressão e trabalham para mudar as relações de poder existentes. De acordo com a escritora e psicanalista Joice Berth (2023):

> Empoderar, dentro das premissas sugeridas, é, antes de tudo, pensar em caminhos de reconstrução das bases sociopolíticas, rompendo concomitantemente com o que está posto, entendendo ser esta a formação de todas as vertentes opressoras que temos visto ao longo da História. (BERTH, 2023 p. 23)

A Teoria do Empoderamento, segundo Berth (2023), pode ser percebida como um fator crucial nas reivindicações políticas e sociais da população negra que acompanhamos nas últimas décadas. Exemplo disso é o aumento de pessoas negras nas universidades federais, que, segundo dados compilados pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes) com base no Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep), foi de 41% a 52% em dez ano (acesso em 28/08/2024)[13], e entendemos que se deu graças a uma série de reivindicações e políticas públicas para aumentar o acesso dessas pessoas nesses espaços acadêmicos. O mesmo vale para a ampliação da presença de pessoas negras em postos de decisão do Governo Federal, que, de acordo com o Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, servidores pretos e pardos ocupam 36% dos cargos de liderança no atual governo[14], em 2024. o que contraria a realidade de 2014, em que pessoas negras ocupavam menos de 25% dos cargos de alta gestão.

[13] Confira a matéria em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/negros-e-pardos-em-universidades-federais-passam-de-41-para-52-em-dez-anos/ Acesso em 28/08/2024
[14] Confira a matéria em: https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/noticias/2024/marco/politicas-afirmativas-ampliam-presenca-de-pessoas-negras-em-postos-de-decisao-do-governo-federal Acesso em 28/08/2024

Os dados fortalecem a crença do educador brasileiro, mundialmente premiado, Paulo Freire (1980), de que a Teoria da Conscientização, que afirma que somente a conscientização pode permitir ao homem um pensamento crítico reflexivo (conceito que inspirou a Teoria do Empoderamento), é uma eficaz prática para a libertação de grupos oprimidos. O educador acredita que os próprios grupos subalternizados deveriam empoderar a si próprios, processo esse que se inicia com a consciência crítica da realidade aliada a uma prática transformadora.

As ideias de Berth (2023) se aproximam às de Freire (1980) ao constatar que:

> Se a coletividade é o resultado da junção de muitos indivíduos que apresentam algum - ou alguns - elementos em comum, estamos falando de um processo que se retroalimenta continuamente. Indivíduos empoderados formam uma coletividade empoderada e uma coletividade empoderada, consequentemente, será formada por indivíduos com alto grau de recuperação da consciência do seu eu social, de suas implicações e agravantes. (BERTH, 2023, p. 52)

Embora ainda não seja uma prática tão comum no nosso país, pessoas negras com consciência racial e comprometimento com os seus irmãos e irmãs de cor, ao ascenderem socialmente, seja através de cargos de liderança ou sucesso profissional não relacionado à carreira executiva, buscam se engajar com as pautas raciais e promover uma mudança na estrutura social que contribui fortemente com a balança da desigualdade racial que assola o Brasil. Um exemplo é o economista e influenciador digital Gil do Vigor, que ascendeu socialmente após ganhar notoriedade com sua participação no programa Big Brother Brasil (edição 2021) e criou um canal no YouTube[15] para ensinar matemática de forma gratuita para os alunos do ensino médio que gostariam de ingressar na faculdade por meio do Exame Nacional de Ensino Médio, ENEM. A cantora Iza, por exemplo, lançou um projeto, o edital "Entra na Roda"[16], que visa fomentar o empreendedorismo negro nas áreas de beleza, moda, impacto social, entretenimento e alimentação, através de mentorias e financiamento. O jogador de futebol Vinícius Júnior, mundialmente conhecido como Vini Jr., lançou um projeto social focado em educação[17], com o objetivo

[15] Confira o canal em:
https://www.youtube.com/@MatematicaDoVigor Acesso em 28/08/2024
[16]Confira a matéria em:
https://www.editalentranaroda.com/ Acesso em 28/08/2024
[17] Confira a matéria em:

de impactar a vida das crianças negras e periféricas. A representatividade atua como um fator determinante justamente por possibilitar referências positivas em espaços de poder e inspirar o engajamento social.

Ainda dialogando sobre espaços de poder, a baixa representatividade é uma realidade que precisa ser mudada urgentemente. De acordo com dados disponibilizados em audiência da Assembleia Legislativa de Minas Gerais[18], em que mulheres negras reivindicam presença em espaços de poder, as mulheres negras ocupam 2,2% dos cargos de direção e gerência na região Sudeste, contra 5,2% de mulheres não negras. No mercado de trabalho, os cargos acima de gerência nas empresas brasileiras são ocupados apenas por 3% das mulheres negras em todo o Brasil, segundo os principais estudos censitários da atualidade, o Representatividade, Diversidade e Percepção – Censo Multissetorial da Gestão Kairós 2022[19]. Essa falta de representatividade impacta diretamente na falta de perspectiva de mulheres negras que não se vêem representadas e certamente não se enxergam capazes de galgar esses espaços.

https://ge.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/vini-jr-lanca-projeto-social-focado-na-educacao-quero-impactar-a-vida-das-criancas.ghtml Acesso em 28/08/2024

[18] https://www.almg.gov.br/comunicacao/noticias/arquivos/Mulheres-negras-reivindicam-presenca-em-espacos-de-poder/

[19] https://br.trace.tv/noticias/apenas-3-de-mulheres-negras-estao-na-lideranca-das-empresas-brasileiras/

2- Representação das pessoas negras no contexto midiático

Conforme já mencionado no início deste trabalho, a mídia prestou um grande serviço para a construção e perpetuação dos estereótipos negativos das pessoas negras ao longo dos séculos. Neste capítulo, vamos nos aprofundar sobre de que maneira a TV, a publicidade e o jornalismo se configuram como uma indústria cultural reprodutora de racismo, bem como os prejuízos psicológicos gerados na população negra brasileira a partir dessa estrutura.

O audiovisual, como instrumento de construção de subjetividade e representação cultural, falha demasiadamente em retratar costumes, histórias, músicas, linguagens negras e contribui com a construção de estereótipos negativos ao colocar as mulheres negras em situações subservientes ou de forma sexualizada, reforçando a perspectiva da inferioridade. De acordo com Fanon (2008) essas violências simbólicas geram um complexo de inferioridade que acaba sendo introjetada na psique da população negra, como aprofundado no subitem 1.2 desta dissertação. Fanon (2008) afirma:

> Todo povo colonizado – isto é, todo povo no seio do qual nasceu um complexo de inferioridade devido ao sepultamento de sua originalidade cultural – toma posição diante da linguagem da nação civilizadora, isto é,da cultura metropolitana. (FANON, 2008, p. 34)

As ideias de Pereira (2020) encontram as de Fanon (2008) em:

> As representações raciais no cinema baseadas nos estereótipos negativos deixam nítidas formas opressoras de discriminação que na superfície do debate, parecem ser um fato corriqueiro. Assim as representações negativas provocam problemas psicológicos, exclusões sociais e econômicas e verdadeiramente são normas de controle social perante as negras e negros. (PEREIRA, 2020, p. 2)

Nesse sentido, os colonizadores/dominadores, ao apagar a identidade, trajetória e a história de um povo ao passo em que tenta subjugar a sua dignidade, humanidade e integridade, a população negra acaba adquirindo comportamentos movidos pela reprodução de racismo, tais como o alisamento capilar no caso das mulheres, e a prática de raspar o cabelo pelos homens, além de adotar modos e comportamentos que os assemelha ao padrão europeu, uma vez que os espaços sociais são um direcionamento de

um letramento racista. Ou seja, as linguagens que moldam esses espaços não são neutras e foram moldadas no projeto colonial, através das estruturas sociais que são herdadas até os dias de hoje, como os estereótipos constantemente atualizados de mulheres negras em posição de subserviência, no ato de servir e cuidar, enquanto aos brancos cabem as posições de poder.

Para melhor compreender como o audiovisual atua na manutenção desses estereótipos, vamos discutir mais a fundo três formatos de mídia: telenovelas, publicidade e o jornalismo.

2.1. (Sub)Representações e estereótipos de pessoas negras nas telenovelas, no jornalismo e na publicidade

No contexto da TV, o produto televisivo nacional de maior difusão tanto no Brasil quanto no exterior são as telenovelas, que, por muito tempo, serviram como o exemplo e a representação do que seria considerado a cultura brasileira. No cenário brasileiro de televisão aberta, a telenovela ganha destaque pela grande audiência que obtém diariamente e por pautar a agenda social. Porém, embora historicamente a população negra tenha uma grande presença na formação da sociedade brasileira, nas telenovelas tal questão não é apresentada de forma proporcional, criando uma discrepância entre a realidade e a ficção. Conforme sinaliza o sociólogo, jornalista e professor Muniz Sodré (1999), presenciamos nos meios de comunicação do Brasil o chamado "racismo midiático". Ou seja, os *media* atuam dentro da esfera cultural como propagadores de modelos, sendo que isso ocorre a partir do ponto de vista dos grupos dominantes, que, por sua vez, detêm privilégios e carregam um olhar extremamente estereotipado sobre a população negra, herdado da escravidão.

Aprofundando um pouco mais a pesquisa de Joel Zito Araújo (2000), que além de publicada em formato de livro, também virou um documentário[20], em que o cineasta analisa a representação do negro nas telenovelas nas décadas de 1960 a 1990, constata-se que, na telenovela brasileira, persiste um ideal de branqueamento, numa espécie de

[20] Você pode conferir o documentário aqui: https://www.youtube.com/watch?v=p28P_L-aXb8 Acesso em 08/05/2024.

política eugenista. Na década de 1960[21], o grande destaque da representação do negro numa novela ficou na versão brasileira de *O Direito de Nascer* (1964). Nessa obra, a personagem negra mamãe Dolores, interpretada pela saudosa Isaura Bruno, foi representada como uma "grande mãe", servindo como uma porta-voz do discurso autoritário da época. Apesar do sucesso da personagem, nos anos posteriores, os negros não tiveram grande destaque nas narrativas, prosseguindo com o padrão estético euro-americanizado, denominado por Araújo (2000) como "estética sueca". Em 1969, a novela *A cabana do pai Tomás* (1969) foi a primeira produção da Rede Globo a contar com um personagem principal negro. Contudo, por pressões dos patrocinadores, o papel foi interpretado por um ator branco, o galã da época Sérgio Cardoso, que passava por uma caracterização para escurecer a pele em cena. Na década seguinte[22], as narrativas continham representações dos conflitos e dos dramas dos brasileiros pela ascensão social. Nesse contexto, há casos pontuais de representação de negros como sujeitos em busca de mobilidade social como, por exemplo, o psiquiatra Percival, interpretado por Milton Gonçalves, na novela *Pecado Capital* (1975). No entanto, o personagem não teve qualquer influência determinante no transcorrer da trama, sendo apenas um personagem-escada para outros atores brancos.

Sobre a década de 1980[23], Araújo (2000) aponta que, apesar de uma pequena ascensão do negro nas telenovelas da TV Globo, em um terço delas não havia qualquer personagem negro. Nesse período, um dos destaques ocorreu em *Corpo a Corpo* (1984), quando se tratou explicitamente da questão da discriminação racial numa trama contemporânea. A personagem Sônia, vivida por Zezé Motta, apaixonou-se por um homem branco, o que causou uma grande polêmica tanto dentro da narrativa quanto à audiência.

Neste mesmo período, ainda de acordo com Araújo (2000), o país viveu um contexto em que os movimentos em defesa dos negros cresciam, exigindo uma maior participação do negro nas teledramaturgias, o que não se refletiu tão intensamente na produção televisiva, pois foi nesse período que surgiram telenovelas baseadas nas várias

[21] Você pode conferir a lista de telenovelas da década de 1960: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_1960 Acesso em 08/05/2024
[22] Você pode conferir a lista de telenovelas da década de 1970: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_1970 Acesso em 08/05/2024
[23] Você pode conferir a lista de telenovelas da década de 1980: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_1980 Acesso em 08/05/2024

obras do autor baiano Jorge Amado; entretanto, nessas adaptações, o universo da Bahia negra característica do autor quase desapareceu. Além de *Gabriela* (1975), quase não havia negros em *Terras do Sem Fim* (1972) e *Tieta* (1989).

Por fim, na década de 1990[24], os autores de telenovelas procuraram retratar outra imagem do Brasil em suas ficções. Dentro desse aspecto, o negro passou a ter um pouco mais de notoriedade, saindo da total submissão ao homem branco para, em alguns casos pontuais, fazer parte de uma classe média que, naquele momento, estava em ascensão no Brasil com a implantação do Plano Real. Como exemplo dessa representação, temos a telenovela *A Próxima Vítima* (1995), de Silvio de Abreu, que retratou uma família de classe média encabeçada por Fátima, vivida por Zezé Motta, o marido Cleber, interpretado por Antônio Pitanga, e os filhos Sidney, vivido pelo saudoso Norton Nascimento, Jefferson, interpretado por Lui Mendes, e Patrícia, vivida por Camila Pitanga. E, diferentemente de outros personagens negros presentes em outras telenovelas, eles tinham participação ativa na narrativa, sendo inclusive uma das polêmicas da história devido à homossexualidade de um dos filhos da família.

Em 1997, o remake da telenovela *Anjo Mau* (1997) abordou a questão negra a partir do núcleo formado por Dona Cida, vivida pela eterna Léa Garcia, sua filha adotiva Vivian, interpretada por Taís Araújo, e sua a filha biológica, considerada socialmente branca, Teresa, interpretada por Luiza Brunet, que escondia sua origem por temer represália do marido milionário. No mesmo ano, o negro foi representado na telenovela *Por Amor* (1997), de Manoel Carlos, a partir do preconceito racial, sendo uma das ações de *merchandising* social[25] levantada pelo autor. Após engravidar do marido, um homem branco que não admitia a possibilidade de ter uma filha negra, Márcia, vivida por Maria Ceiça, separa-se de Wilson, interpretado por Paulo César Grande. O nascimento de uma criança com fenótipo branco deu prosseguimento à discussão do tema, como nas cenas em que as pessoas pensavam que Márcia era a babá de sua própria filha.

[24] Você pode conferir a lista de telenovelas da década de 90: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_1990 Acesso em 08/05/2024

[25] Merchandising social é a inserção intencional e motivada por estímulos externos de questões sociais nas tramas das telenovelas.

Com esse breve panorama da representação do negro em quatro décadas, principalmente, a partir da contribuição de Araújo (2000), podemos considerar que houve, em alguns momentos, pequenos avanços no que tange à forma como os personagens negros participaram das narrativas. Entretanto, pela grande presença desse grupo na formação da sociedade brasileira, a participação da negritude nas telenovelas se apresentou módica e incondizente com a realidade, pois ainda há resquícios de uma representação pautada em estereótipos.

Para compreender a representação da população negra nas telenovelas da TV Globo na década de 2000[26] a 2010, temos a rica contribuição de Wesley Pereira Grijó e Adam Henrique Freire Sousa no artigo intitulado "O negro na telenovela brasileira: a atualidade das representações" (2012), em que foi constatado que, das 53 telenovelas pesquisadas na década de 2000, três tiveram como protagonista uma personagem afrodescendente: Preta, vivida por Taís Araújo em *Da cor do pecado* (2004), Helena, também vivida por Taís Araújo, em *Viver a Vida* (2009), e Rose, interpretada por Camila Pitanga em *Cama de Gato* (2010). Tal ascensão dos personagens negros como protagonistas das narrativas ocorreu dentro do contexto de inclusão das camadas populares nas telenovelas, deixando de serem apenas personagens de segunda ordem, como predominou em décadas anteriores, mas passaram a ter um pouco mais de participação nas histórias. Assim, presenciamos, nos últimos anos, a hegemônica TV Globo colocando negros como personagens principais de suas telenovelas nos três horários de exibição desse produto, lançando nomes de novos autores como tentativa de renovar o gênero televisivo, ao mesmo tempo em que nomes antigos adotaram esse discurso numa tentativa de renovar suas tramas, colocando protagonistas negros em sua obra. Foi o exemplo de Manoel Carlos, conhecido por fazer apenas a crônica da elite carioca, e batizar todas as suas protagonistas de Helena, mulheres ricas, bem-sucedidas e que moram no Leblon, o bairro mais caro da cidade do Rio de Janeiro, mas que, na sua última produção do período de 2000 a 2010, trouxe a primeira Helena negra e protagonista em uma telenovela das 21 horas da TV Globo, mas cuja personagem não atingiu a expectativa desejada pela produção, não assumindo esse mesmo caráter nas vendas deste produto para outros países.

[26] Você pode conferir a lista de telenovelas dos anos 2000: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_2000 Acesso em 08/05/2024

Assim como houve a presença de três personagens negras como protagonistas, outras telenovelas tiveram personagens negros em papéis de destaque: a vilã Esmeralda, vivida por Camila Pitanga em *Porto dos Milagres* (2001); a manicure e dançarina que deu à luz a um clone, interpretada por Adriana Lessa, e a dona do botequim Dona Jura, interpretada por Solange Couto em *O Clone* (2001); a médica Luciana, vivida por Camila Pitanga em *Mulheres Apaixonadas* (2003); o picareta malandro que virou milionário Foguinho, interpretado por Lázaro Ramos, a vilã Ellen, vivida por Taís Araújo em *Cobras e Lagartos* (2006); a mãe sofrida da periferia, Rita de Cássia, vivida por Alessandra Lessa em *Senhora do Destino* (2004); o mulherengo Feitosa, vivido por Ailton Graça em *América* (2005); as irmãs Latoya, vivida por Zezeh Barbosa, e Whitney, por Mary Sheila, em *A lua me disse* (2005); a empregada doméstica Mônica Santana, interpretada por Camila Pitanga em *Belíssima* (2006); a escrava Bá, vivida por Zezé Motta no remake de *Sinhá Moça* (2006); a prostituta de caráter duvidoso Bebel, vivida por Camila Pitanga em *Paraíso Tropical* (2007); o líder comunitário Evilásio, interpretado por Lazáro Ramos em *Duas Caras* (2007); os personagens Alícia, vivida por Taís Araújo, e Romildo Rosa, por Milton Gonçalves, em *A Favorita* (2008). Esse grupo de personagens foi o que mais concretizou a forma como os negros foram representados na última década, pois, a partir deles, pudemos observar as alterações das formas de representação hegemônica que perdurou por muitos anos na produção brasileira.

Nesse sentido, percebemos mais diversidade nas telenovelas com núcleos negros atuantes na trama, e de níveis socioeconômicos diversos, que lutam pela ascensão social, que buscam nunca desagradar um grupo de pessoas ou que negam a condição de negros e, por fim, há aqueles com maior destaque dentro do melodrama ficcional, como foi o caso daqueles com função de vilão dentro da narrativa. Entre as profissões exercidas pelos negros nas telenovelas na década de 2000, verificamos que a maioria está envolvida com atividades como: empregada doméstica, escravo, capataz, vendedor ambulante, entre outros. Das três personagens negras protagonistas de telenovelas, duas se situam neste contexto, como é o caso da vendedora de ervas maranhense Preta, interpretada por Taís Araújo em *Da cor do pecado* (2004), e da faxineira Rose, vivida por Camila Pitanga em *Cama de Gato* (2010). Nesse ponto, a representação permanece inalterada em relação às representações das décadas anteriores. Entretanto, há casos pontuais de personagens com profissões que fogem à regra como: a médica Luciana, em *Mulheres Apaixonadas* (2003);

o jornalista Bruno, vivido por Sérgio Menezes em *Celebridade* (2003); o advogado Abílio, interpretado por Ronnie Marruda em *Alma Gêmea* (2005); a médica Selma, vivida por Elisa Lucinda em *Páginas da Vida* (2006); o empresário Barão, vivido por Ailton Graça em *Sete Pecados* (2007); o deputado Romildo Rosa, interpretado por Milton Gonçalves em *A Favorita* (2008); a *top model* Helena, interpretada por Taís Araújo em *Viver a Vida* (2009); a delegada Tita Bicalho, vivida por Cris Viana em *Tempos Modernos* (2010). Apesar de este quesito não ter tido grande diferenciação em relação às décadas anteriores, percebemos que, nos últimos anos, houve uma maior presença de personagens negros como pertencentes à classe média; entretanto, na maioria das vezes, sua presença na narrativa permanece de forma plana, secundária ao encaminhamento desta, por vezes até descartável, ainda com o estigma de um personagem negro circulando no espaço dos brancos, como foi o caso do psiquiatra Percival, em *Pecado Capital* (1975), na década de 1970 e no remake na década de 1990.

No ano de 2023[27], pela primeira vez em 59 anos de emissora, a Rede Globo transmitiu todas as novelas com protagonistas negros[28], evento que foi celebrado por diversos artistas, atores, profissionais do meio e pelo público. Com o aumento da participação dos artistas negros na teledramaturgia, temos a sensação de representatividade no audiovisual, uma vez que, apesar de constituírem 56,1% da população brasileira, segundo levantamento do IBGE de 2021, a população de pretos e pardos do Brasil não é representada de forma proporcional no audiovisual.

Em relação ao jornalismo, assim como a maioria dos trabalhos relacionados à mídia, durante muito tempo, o mercado de trabalho jornalístico foi um local exclusivamente masculino. Segundo um relato de José Hamilton Ribeiro, em meados da década de 1930, no Brasil:

> As empresas jornalísticas eram pensadas e construídas como ambiente de sauna brega: só para homem. Nem havia banheiro feminino. No Estadão, à noite, quando fervia o trabalho jornalístico, as mulheres não eram aceitas nem na mesa telefônica. Havia mulheres como telefonistas, mas só durante o dia. À noite, um homem é que operava. Mulher podia ser telefonista, faxineira ou servia para fazer o café: circulava na área de serviço. (RIBEIRO, 1998, p. 31).

[27] Confira a lista de novelas da década de 2020: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_2020 Acesso em 08/05/2024
[28] Confira a matéria em: https://noticiapreta.com.br/atores-atrizes-negros/ Acesso em 06/05/2024

A mudança ocorreu de forma extremamente lenta. Em 1986, as mulheres já ocupavam 36% dos quadros profissionais do país e, dez anos mais tarde, esse número chegava a pouco mais de 40% (ROCHA, 2005). Em 2006, segundo dados do Ministério do Trabalho, 52% das vagas de jornalista eram ocupadas por mulheres[29] (contabilizando 6.131 funções jornalísticas ante as 5.640 ocupadas por homens), mostrando uma tendência de uma maioria feminina no mercado de trabalho jornalístico. O veículo jornalístico possui um importante papel na mediação de significados e na construção de representações, e a inserção tardia das mulheres nesse ramo, principalmente das mulheres negras, é um fator extremamente relevante para a invisibilidade destas mulheres nesses espaços midiáticos, uma vez que a invisibilidade da mulher negra é resultado das relações de disputas de poder na sociedade. Em vários momentos, elas são submetidas a processos estigmatizantes que impedem o movimento de emancipação. Por isso, de acordo com Angela Davis[30] em 2017, em uma conferência na Bahia, "quando uma mulher negra se movimenta, toda a estrutura da sociedade se movimenta com ela".

De acordo com Wéber Félix Oliveira (2017), as marcas nos corpos não são as únicas evidências do mal cometido contra os negros e as negras no Brasil, já que a violência simbólica atuou e atua com muito mais força e de forma extremamente cruel e agressiva. A africanidade e as raízes culturais eram consideradas ilegítimas e suas manifestações foram proibidas. E além de ter a africanidade oculta, embora tivesse uma presença feminina ocupando esses espaços tradicionalmente dominados pela presença masculina, o modo como os sujeitos femininos se portavam exibe uma tensão entre a adequação a uma postura convencionalmente reconhecida como masculina, pela recorrência ao uso de tailleur, cabelos curtos, pouco uso de acessórios que configuram o sentido de seriedade e credibilidade dominantes à época, e a convocação, ainda que pela sua simples existência naquele contexto, de uma esfera de valores e sentidos relacionados aos seus papéis sociais como mãe e mulher. De acordo com Valéria Vilas Bôas (2020), nesse cenário sociocultural e midiático, a trajetória de Glória Maria como repórter negra é magnífica e histórica. Simbolicamente, Glória foi a repórter que entrou no ar ao vivo,

[29] Confira matéria em : http://sjsc.org.br/07/03/2013/no-dia-internacional-da-mulher-sjsc-presta-homenagem-a-jornalista-elaine-borges-uma-das-primeiras-sindicalizadas/Acesso em 01/05/2024

[30] Acesse matéria em: https://www.brasildefato.com.br/2024/07/25/mulheres-negras-camponesas-movem-a-terra-constroem-agroecologia-e-reforma-agraria-popular Acesso em 29/10/2024

na primeira matéria a cores do Jornal Nacional, em 1977, mostrando o movimento de saída de carros do Rio de Janeiro, em um fim de semana, e uma cor de pele pouco frequente naquele espaço. (VILLAS BOAS, 2020, p.170)



Figura 6 - Glória Maria entrando pela primeira vez ao vivo e em cores
Fonte: Memórias da Globo (2021)[31]

Também em relação ao gênero, a atuação de Glória configurava exceção. Mesmo em um momento de atuação feminina mais consolidada no mercado de trabalho formal, a figura do repórter de televisão no final de 1970 ainda era predominantemente masculina. De acordo com Glória, em entrevista ao Programa Mais Você, da Rede Globo:

> Eu comecei em uma época em que o telejornalismo estava começando. Eu cheguei na Globo tinha o Jornal Nacional, o Jornal do Amanhã que era o Jornal da Globo e assim, o repórter não aparecia no vídeo. A gente fazia as matérias e o Cid Moreira e o Sérgio Chapelin narravam e a gente só às vezes fazia uma pergunta, não tinha o repórter aparecendo, entrevistando, não. (…) Só uns quatro anos depois que eu já estava no jornalismo é que a gente começou a aparecer no ar. Isso eu acho que fez uma geração de jornalistas bem diferente porque a gente foi ensinado a cultuar a matéria, a história, não tinha aquela coisa do ego, de você botar a cara no ar pras outras pessoas te verem. Ou você fazia um trabalho excepcional para ser lido pelo Cid e pelo Sérgio, ou então você não fazia nada. (Glória Maria em participação no Programa Mais Você[32], em 17/03/2017)

[31] Confira matéria em: https://memoriaglobo.globo.com/perfil/gloria-maria/noticia/gloria-maria.ghtml Acesso em 01/05/2024
[32] Assista à participação de Glória Maria no Mais você: https://globoplay.globo.com/v/5731560/

Com o relato da Glória, podemos perceber que em 1977, há 47 anos, ela era a única repórter negra na mídia, de modo que não havia representatividade real no jornalismo. O estudo *Racial and Gender Differences in the Relationship Between Children's Television Use and Self-Esteem: A Longitudinal Panel Study*, de Martins e Harrison, realizado em 2012, mostrou que assistir televisão aumenta a autoestima de meninos brancos ao mesmo tempo em que diminui a de meninos negros e de meninas brancas e negras. As pesquisadoras Nicole Martins e Kristen Harrison detectaram que tanto a ausência de determinados grupos nas telas quanto os estereótipos negativos com os quais eles se relacionam estão diretamente ligados com os resultados do estudo. Meninos brancos não enfrentam esse tipo de problema, já que tendem a aparecer em posições de poder e prestígio, seja em desenhos animados, como super-heróis, em telenovelas, publicidades e até mesmo no jornalismo. A pouca representação negra em diversos espaços diminui os anseios de jovens negros, pois, além de terem como referência muitos estereótipos negativos da população negra, ainda são poucos os que alcançam um lugar de sucesso e uma imagem séria e profissional. Isso demonstra que o caminho percorrido foi difícil, o que desmotiva completamente aqueles que precisam de uma inspiração para ter a consciência de que podem chegar a algum lugar e seguir caminhos diferentes daqueles atribuídos previamente.

De acordo com Woodward (2000),

> A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? (WOODWARD, 2000, p. 17)

Antes de prosseguir sobre a importância da representatividade, vale esclarecer a sutil diferença entre os termos *representação* e *representatividade,* a fim de compreender a dinâmica de como grupos sociais são refletidos ou não em espaços de poder, cultura e política. A **representação** refere-se ao ato de algo ou alguém ser escolhido ou designado para representar outro grupo, pessoa ou conceito. Em contextos políticos ou sociais, significa a presença de indivíduos ou grupos que ocupam cargos, espaços ou posições que

Acesso em 01/05/2024

alegam refletir os interesses ou características de outros. Já a **representatividade** está relacionada à *qualidade* de um representante ser, de fato, um reflexo fiel e adequado da diversidade ou dos interesses daquele grupo. Nesse sentido, um exemplo marcante sobre a importância da representatividade negra foi um emblemático caso que chamou a atenção da internet em 2017, inclusive de Glória Maria: Mirella Archangelo, de 11 anos, e seus irmãos transformaram a sala da casa da família, no bairro Parque Avelino, em Ribeirão Preto (SP), em um estúdio de TV. Peterson, 8 anos, que criou uma câmera filmadora, utilizando caixa de sapato e tecido, simulava uma gravação, enquanto Mirella caminhava, segurando um microfone, que foi fabricado a partir de espuma e plástico reciclado, com o logotipo da Globo. Pablo, 8 anos, e Marjorie, de 6, são os entrevistados. Assim, os quatro caminhavam pela rua, falando sobre os problemas enfrentados pela comunidade, como os buracos no asfaltamento, enquanto a mãe gravava a brincadeira com o telefone celular.



Figura 7 - Mirella entrevistando os primos em uma brincadeira
Fonte: HAMERMULLER (2018)

Após o vídeo viralizar, Glória Maria fez uma visita surpresa a Mirella. No encontro, em uma matéria jornalística que foi ao ar no Fantástico[33], programa dominical da Rede Globo, Mirella ficou surpresa com a chegada da jornalista e confessou que se inspirava nela e que queria ser jornalista por sua causa. Assim como para Mirella, Glória foi referência para uma geração de meninas negras, sendo inspiração para todas as mulheres negras que decidiram ser jornalistas.



Figura 8 - Encontro da pequena Mirella com a jornalista Glória Maria
Fonte: Jornal Metrópoles (2023) [34]

No dia da morte de Glória Maria, em 02 de fevereiro de 2023, o tamanho de seu legado ficou evidente, e para retratar os impactos de uma referência positiva nas mídias sociais, trago alguns depoimentos de jornalistas que a homenagearam no dia de sua partida, extraídos de matéria do jornal Agência Brasil[35], publicada em 02/02/2023:

> Eu cresci vendo as reportagens da Glória Maria, tornei-me jornalista por conta da Glória Maria sim e falo isso com muito orgulho. Tive a

[33] Assista a matéria no Fantástico: https://www.youtube.com/watch?v=U6XZPW14chI&t=12s Acesso em 02/05/2024
[34] Confira a matéria: https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/mini-gloria-maria-se-despede-de-maior-inspiracao-obrigada-por-tudo Acesso em 02/05/2024
[35] Confira a matéria: https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-02/gloria-maria-pioneirismo-e-referencia-para-jornalistas-negras Acesso em 02/05/2024

> felicidade de conhecê-la e convidá-la para fazer a entrega na premiação e a Glória aceitou o nosso convite com toda alegria e sempre mantendo o compromisso que ela tinha com a questão racial. A Glória Maria não precisava dizer muita coisa, né? A nossa pele fala e a Glória Maria falou durante décadas, dando voz a milhares de vozes de mulheres negras e homens negros nesse país. Ela deixa um legado inestimável e vai fazer muita falta.
>
> Angélica Basthi, Fundadora da Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial do Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro (Cojira-Rio/SJPMRJ)

> A presença negra, intensa e assertiva de Glória na maior emissora do país sinalizava para mim que era possível, era preciso, era também meu direito e de outros parecidos comigo ocupar lugares de destaque. Celebro aqui a existência dessa mulher que me ajudou a existir e a resistir."
>
> Maju Coutinho, da TV Globo

> Se eu existo hoje é porque Glória Maria abriu caminhos para mulheres como eu! Sempre digo nas minhas palestras que quando jovem eu sonhava em ser a próxima Glória Maria. Eu só tinha ela como referência na minha profissão. Glória foi pioneira no jornalismo. Glória enfrentou machismo, racismo, encarou a ditadura. Sempre com muita altivez e profissionalismo. Sigo sonhando em um dia ser 10% do que é Gloria. Sem ela, talvez hoje eu não existiria. Vê-la na TV é saber que eu também poderia estar ali. Sigamos honrando o legado da maior jornalista do Brasil!
>
> Thais Bernardes, fundadora do portal Notícia Preta

> Pioneira não porque quis. E, sim, porque teve coragem e forças para enfrentar tantas dificuldades impostas pelo racismo e pelo preconceito. Se eu e tantos colegas negros estamos onde estamos foi porque ela, um dia, abriu as portas. Vá em paz e obrigada.
>
> Marcelly Setúbal, da Globo News

Tamanha é a inspiração resultante das revoluções que a jornalista levou à televisão que um grupo de jornalistas negras que residem em São Paulo criou uma rede de apoio e conexão buscando um fortalecimento. O "Herdeiras de Glória Maria" é composto por 49 mulheres, entre repórteres, apresentadoras, editoras e produtoras. O grupo foi criado para que elas pudessem trocar experiências e encontrar acolhimento e diversão fora das redações.



Figura 9 – Rede de apoio “Herdeiras de Glória Maria”[36]
Fonte: GZH Tv (2023)

A partir desses dados, podemos compreender a importância da representatividade e referência positiva nas mídias para romper estereótipos e quebrar estigmas que cerceiam a potencialidade das mulheres negras no nosso país.

Passamos, agora, à discussão sobre a participação de pessoas negras na publicidade. De acordo com a pesquisa TODXS - Mapa da Representatividade na Publicidade Brasileira” (2022), realizada pela ONU Mulheres (organização sem fins lucrativos fundada em 2010 para unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres) e pela Aliança Sem Estereótipos (movimento que visa conscientizar anunciantes, agências e a indústria da propaganda em geral sobre a importância de eliminar os estereótipos nas campanhas publicitárias, que tem como objetivo mapear como gênero e raça são representados pela publicidade brasileira), através de análise de comerciais de TV e posts de Facebook, de 2015 a 2021, houve um aumento de pessoas negras na TV, que foi de 3% em 2015 a 27% em 2021. É inegável afirmar que houve um aumento significativo dessa representatividade na TV; portanto, ao fazer um recorte de segmentos, é possível observar alguns dados importantes.

[36] Confira a matéria em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/tv/noticia/2023/02/herdeiras-de-gloria-maria-grupo-inspirado-na-profissional-reune-49-jornalistas-negras-em-rede-de-apoio-cldnfd419001h01572ote5n5z.html
Acesso em 02/05/2024



Figura 10 - Inclusão de pessoas negras por segmento
Fonte: Mapa da representatividade na publicidade brasileira (2022)[37]

Em segmentos de lar e decoração, automóveis, calçados, bebidas não alcoólicas e turismo, há uma ausência total de pessoas negras. Estes segmentos representam requinte, sofisticação e associação ao dinheiro, já que viagens e automóveis, por exemplo, costumam ser caros. Lar e decoração atraem quem tem casa própria, o mesmo vale para automóveis.

A ausência de negros no segmento de calçados, embora em um primeiro momento pareça aleatório, reforça um estigma antigo: os negros escravizados não podiam usar sapatos, de modo que as pessoas livres se diferenciavam dos escravizados pelos pés, e muitas empresas marcam os calçados como objetos de desejo e símbolo de ascensão social.

De acordo com Soares e Velozo (2020),

> No Brasil, durante o Antigo Regime, os sapatos distinguiam escravizados e escravizadas de pessoas livres. Em 1808, com a vinda da corte portuguesa para o Brasil, o comércio sofreu mudanças e os costumes foram alterados pelos europeus, com os sapatos passando a se constituir como parte fundamental de uma moda brasileira influenciada pelas tendências europeias. Com isso, o hábito era o de que os negros

[37] TODXS. **Mapa da representatividade na publicidade brasileira.** Realização: ONU Mulheres e Aliança Sem Estereótipos, 2015.

> andassem descalços, a fim de evidenciar sua condição servil. O racismo passou então a instituir os sapatos como "marcadores de civilidade. (SOARES E VELOZO, 2020, p. 105)



Figura 11 - Fotografia de um senhor branco (ao centro), o único de sapatos e os seus escravos. Foto de Miltão Augusto de Azevedo, São Paulo, 1870.
Fonte: SOARES E VELOZO, 2020

Como podemos perceber, através da foto e da citação anteriores, a necessidade de usar o melhor sapato é uma memória passada de geração em geração, mesmo sem que os filhos e netos soubessem dos motivos. Portanto, a ausência total de pessoas negras nesse segmento não é uma coincidência.

Entre a baixa presença, onde estão 20% das pessoas negras, estão os segmentos de bebidas alcoólicas, entretenimentos, medicamentos, beleza e cuidados pessoais. Já onde tem boa presença, com 50%, estão os segmentos de eventos, cuidados com bebês e fast food, entre outros. É possível notar que, embora tenha um aumento de pessoas negras na TV, os segmentos são estigmatizados, reforçando estereótipos que se perpetuam desde os tempos de escravidão: a mulher negra como cabelereira, manicure, babá e serviçal. Além disso, reforça o estereótipo dos negros como alcóolatras, doentes e pessoas com

aptidão apenas para serviços de subserviência, como garçons em eventos e trabalhadores de redes de fast food.

2.2- Negros e negras na mídia: representatividade ou estereotipagem?

Com base nos dados fornecidos no subitem anterior, é inegável constatar que tivemos um aumento na presença de corpos negros nas mídias em geral, seja nas telenovelas, no jornalismo ou na publicidade, mas, infelizmente, ainda existe uma estereotipagem muito grande nos conteúdos transmitidos nestes veículos. Hall (2016) define estereotipagem como:

> O estabelecimento da normalidade (ou seja, o que é aceito como "normal") através de tipos sociais e estereótipos é um aspecto do hábito de grupos de decisão (...) que tentam moldar toda a sociedade de acordo com sua própria visão de mundo, sistema de valores, sensibilidades e ideologia. Essa concepção de mundo está tão clara para esses grupos, que fazem com que ela pareça (como realmente parece para eles) "natural" e "inevitável" para todos. (HALL, 2016, p. 189)

Nas telenovelas, embora tenha tido uma maior participação de personagens negras, em 90% das produções, na maior parte das obras televisivas, a personagem se limita à "melhor amiga" da protagonista, remetendo à memória herdada da escravidão, referenciando às mucamas, que, segundo o dicionário Aurélio, significa "designação dada, no Brasil, à moça negra escrava escolhida para auxiliar em serviços domésticos ou fazer companhia a pessoas da família, geralmente as sinhás. Ela era escolhida especialmente para essas funções e acabava sendo tida como escrava de estimação." Podemos observar que, nas seis obras em que as mulheres negras são protagonistas, no período de 2011 a 2024, quatro – *Vai na Fé* (2023), *Travessia* (2022), *Renascer* (2024) e *Terra e Paixão* (2023) – reforçam o estereótipo da mulher em situação de pobreza, trabalhadora, que precisa enfrentar desafios e humilhações para conquistar a dignidade. Em uma única novela, *Amor de Mãe* (2019), a personagem é bem-sucedida a partir do trabalho, como uma advogada, mas que, para ter o sucesso, precisa defender políticos e autoridades de caráter questionável. Por fim, somente em *Cara e Coragem* (2022) a protagonista é herdeira, dona da Siderúrgica Gusmão e que ocupa, de fato, cargo de poder e liderança. Mas, como menciona Hall (2006), citado no início deste trabalho, podemos

observar como o discurso e a representação se manifestam para reforçar estereótipos: as protagonistas anteriores, cujas fontes de renda são provenientes da venda de mão-de-obra, todas possuem cabelos cacheados/crespos. Na última obra, *Cara e Coragem* (2022), em que a protagonista realmente ocupa cargo de poder, a atriz usa cabelos ondulados/lisos, em um tom de loiro, e usa lentes verdes. Além disso, na mesma novela, a personagem possui uma sósia, a massoterapeuta Anita, que vive em situação de pobreza, mora no subúrbio e usa roupas coloridas, em referência às estampas afro, cachos, tranças, e possui olhos pretos.



Figura 12 - Anita e Clarice Gusmão, em Cara e Coragem (2022)
Fonte: Zappeando (2022) [38]

Podemos observar as características que são usadas para referenciar poder e sucesso: cabelos ondulados e alisados, roupas finas e traços que se assemelham ao europeu, enquanto o cabelo cacheado, crespo, tranças e roupas coloridas, que são característicos da africanidade, se assemelham ao feio, pobre, cafona e deselegante.

[38] Você pode conferir a imagem em: https://www.zappeando.com.br/novelas/em-cara-e-coragem-anita-e-clarice-trocavam-de-lugar-entenda Acesso em 08/05/2024



Figura 13 - Indira Nascimento, como a advogada Laís, em *Travessia* (2022)
Fonte: Extra[39] (2023)



Figura 14 - Dandara Mariana, como a profissional de Marketing Talita, em *Travessia* (2022)
Fonte: Metrópoles[40] (2023)

[39] Você pode conferir a imagem em: https://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/destaque-em-travessia-indira-nascimento-fala-da-carreira-do-namoro-de-vaidade-gosto-de-me-sentir-bonita-25656183.html Acesso em 08/05/2024

[40] Você pode conferir a imagem em: https://www.metropoles.com/colunas/fabia-oliveira/exclusivo-dandara-mariana-da-trabalho-em-travessia-atriz-nega Acesso em 08/05/2024



Figura 15 - Dandara Mariana, como a dançarina de lambada Dandara, em *Verão 90* (2019)
Fonte: Gshow (2019)[41]



Figura 16 - Cris Vianna, como a ambulante vendedora de empadinhas Dagmar, em *Fina Estampa* (2011)
Fonte: Extra (2011)[42]

[41] Você pode conferir a imagem em: https://gshow.globo.com/novelas/verao-90/vem-por-ai/noticia/dandara-da-entrevista-empoderada-e-exalta-a-beleza-negra.ghtml Acesso em 08/05/2024
[42] Você pode conferir a imagem em: https://extra.globo.com/tv-e-lazer/fina-estampa-novo-casal-na-area-autor-vai-aproximar-wallace-dagmar-3520005.html Acesso em 08/05/2024



Figura 17 - Clara Moneke, como a garçonete Kate, em *Vai na Fé* (2023)
Fonte: ABC do ABC (2023)[43]

Nas figuras apresentadas, é possível perceber que, embora tenha casos pontuais de personagens que fogem à regra, a maior parte do elenco negro está em papéis estigmatizados e frequentemente acompanhados de referências negativas, como a vendedora ambulante que chama atenção somente por sua sensualidade, as moradoras da favela que são consideradas sensuais, cujo corpo é sexualmente desejável e "barraqueiras", as funkeiras que são “periguetes” oferecidas que usam o corpo para conseguirem o que querem, isso quando não são mocinhas sofredoras, sempre humilhadas pela vida. As personagens que tiveram acesso às universidades sempre tiveram relação com o morro, comunidade ou alguma política pública, como a advogada bem-sucedida interpretada por Sheron Menezzes, na novela *Bom Sucesso* (2019), que só conseguiu ocupar o espaço acadêmico através do sistema de cotas. É uma narrativa que deixa bem claro o quanto os espaços acadêmicos são um sonho impossível para a população negra, e natural para as pessoas brancas. É possível perceber uma dificuldade da mídia em retratar o público negro libertando-se do pensamento que o liga aos tempos de escravidão.

Para além disso, é crucial compreender que as telenovelas aqui citadas são produtos do Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina. Ou seja, um veículo comunicacional que visa a atender às demandas pautadas em uma lógica extremamente capitalista e neoliberal, que visa o lucro em

[43] Você pode conferir a imagem em: https://abcdoabc.com.br/desbocada-e-debochada-kate-conquista-publico-em-vai-na-fe/ Acesso em 08/05/2024

primeiro lugar. A partir disso, podemos observar uma comoditização da pauta racial. A palavra “commodity” é de origem inglesa e significa mercadoria, e isto significa que o mercado entende que precisa atender às novas demandas de uma sociedade que cobra por mais representatividade nos espaços. Portanto, até que ponto a "representatividade" não é uma commodity pelo mercado? O aumento dessas pessoas na mídia de fato representa ou estereotipa? Esse aumento, de fato, evidencia um avanço em pautas relacionadas à representatividade e à diversidade?

2.3- Representações raciais nas mídias sociais

Iniciamos o presente subitem compreendendo o que são as mídias sociais e os seus impactos comportamentais na nossa sociedade. De acordo com o HubSpot[44] (2022), site sobre tecnologia, as mídias sociais são instrumentos ou ferramentas que utilizamos para nos comunicarmos virtualmente com outras pessoas. São vistas como um canal online em que conteúdos podem ser compartilhados em massa. Mais do que ferramentas para divulgar conteúdos, as mídias sociais tornaram-se populares por promoverem o engajamento dos usuários por meio de comentários e outros tipos de interação.

Em canais como o Instagram e o TikTok, as pessoas são movidas por imagens, uma vez que as plataformas são de publicações de fotos e vídeos instantâneos, onde diversas pessoas publicam o seu dia a dia, estilo de vida, rotina de viagens, entre outros. Isso afeta diretamente o imaginário de grupos minorizados, uma vez que quem detém o poder econômico, a ponto de poder viajar com frequência para destinos nacionais e internacionais, frequentar espaços caros, realizar procedimentos estéticos e, com isso, alcançar o corpo e a beleza definidas como padrão pela sociedade, são, em sua maioria, mulheres brancas. De acordo com Souza (2022):

> Com o desenvolvimento progressivo da globalização as mídias sociais ocuparam o seu espaço como uma das maiores potências em propagar informações no mundo e as suas influências se proliferaram pela sociedade tanto de forma positiva como de forma negativa. (SOUZA, 2022, p. 12)

[44] Confira a matéria: https://br.hubspot.com/blog/marketing/midias-x-redes-sociais Acesso em 02/05/2024.

Um desses fatores negativos é a autorrejeição, uma vez que as mulheres negras passam a não aceitarem o próprio corpo e cor da pele, por não se verem representadas em referências positivas. Ainda de acordo com o estudo de Souza (2022),

> [...] foi possível constatar que os modelos estéticos sugeridos pela sociedade e propagado pelas mídias sociais envolvem a imagem de mulheres brancas que apresentam um corpo magro, com baixo teor de gordura corporal, considerados "milimetricamente perfeitos" e que possuem cabelos lisos. Esses padrões estéticos contribuem com a propagação de um estereótipo que fortalece a busca por encaixar-se naquilo que a sociedade impõe como "aceitável" ou "bonito". (SOUZA, 2022 p. 12)

Complementando a autora, Soresini (2015), em matéria no Núcleo de Criatividade Digital[45], é enfática ao afirmar que "Esses modelos retratados impactam a sociedade de uma forma sem igual. Isso porque na contemporaneidade as pessoas vivem um contexto de espetáculo" (SORESINI, 2015).

Nesse sentido, essas ferramentas digitais surgem como um forte propagador de padrões estéticos que contribuem com a estimulação de um estereótipo racial que afeta a autoestima e o psicológico de diversas meninas e mulheres negras que não se veem representadas nesses espaços.

De acordo com estudo divulgado pela *We Are Social e da Meltwater*[46], o Instagram se consolidou como a terceira mídia social mais utilizada do Brasil, ultrapassando o Facebook, com 113,5 milhões de usuários. É interessante observar que, como uma mídia que recebe tantos acessos, é importante haver referência positivas em relação às mulheres negras, bem-sucedidas, empoderadas e que não negam suas origens africanas. Traremos alguns exemplos para compreendermos como se dá esse processo.

Trouxemos o perfil da atriz e empresária brasileira Taís Araújo (@taisdeverdade)[47] para entender como a representação positiva pode influenciar mulheres negras. Usaremos como critério fotos em ambientes luxuosos, com referências africanas e com debate sobre a pauta racial.

---

[45] Confira a matéria aqui: https://ncdfaesa.wordpress.com/2015/05/12/midia-e-esteriotipos-sociais-uma-relacao-de-influencia/ Acesso em 02/05/2024.
[46] Confira a matéria: https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/ Acesso em 02/05/2024
[47] Confira o perfil da Taís Araújo: https://www.instagram.com/taisdeverdade/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024



Figura 18 - Imagem extraída do perfil da Taís Araújo[48]
Fonte: Instagram (2024)

Na imagem acima, extraída do perfil da atriz no Instagram, a artista está em um evento privado ao lado da supermodelo Gisele Bündchen, considerada a número um do mundo e a mais bem paga do setor da moda, segundo a Forbes, a mais conceituada revista de negócios e economia do mundo. O cenário remete à representação de poder, uma vez que se trata de um evento fechado e exclusivo a uma pequena parte da população, com uma personalidade que não é acessível a muita gente. Taís aparece com os cabelos soltos e cacheados, simbolizando a negritude, e usa um vestido midi cujo tecido parece ser a malha mellow, que, de acordo com o site da Maison Degani[49], marca especializada em vestidos de festa, pode chegar ao valor de R$ 4.800,00, o que, para a renda média do brasileiro, cuja cotação do salário mínimo em 2024 está em R$ 1.412,00, é uma extravagância.

[48] Confira o perfil da Taís Araújo: https://www.instagram.com/taisdeverdade/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024
[49] Confira o site em: https://www.maisondegani.com.br/produto-vestido-tule-poa-e-renda Acesso em 01/11/2024



Figura 19 - Imagem extraída do perfil da Taís Araújo[50]
Fonte: Instagram (2024)

Na figura acima, ao lado do marido e também ator Lázaro Ramos, Taís postou uma foto das fantasias utilizadas no carnaval de 2024, no desfile da escola de samba carioca Portela. Ambos interpretaram personagens da obra literária *Um Defeito de Cor* (2006) e da História do Brasil: Luiz Gama, advogado abolicionista que libertou mais de 500 (quinhentos) negros escravizados, e Luíza Mahin, líder do maior movimento urbano de rebelião de escravos no Brasil, que uniu todas as etnias para libertar os negros escravizados e que atualmente representa a emancipação das mulheres negras.

A imagem de Taís Araújo com uma vestimenta de carnaval que não hipersexualiza o corpo da mulher rompe com a lógica do estereótipo que mulheres negras carregam durante o período de carnaval. Collins (2000) pensa esse lugar de mulher sexualizada a partir da categoria de imagens controladoras, como aprofundado no subitem 1.3, no início deste trabalho. Segundo a autora, o modus operandi dessas imagens se dá pela criação de uma série de estereótipos sobre determinado grupo, fomentando representações negativas

[50] Confira o perfil da Taís Araújo: https://www.instagram.com/taisdeverdade/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024

que objetificam e desumanizam esses sujeitos, o que justificaria, assim, seu controle social.

As ideias de González (2020) se aproximam às de Collins (2000) em:

> Na figura da mulata, no entre parênteses do Carnaval, a mulher negra é hipersexualizada, e seu corpo, desejado. (...) A mulata é a representação da mulher negra no Carnaval: é a rainha da avenida, cobiçada, desejada e erotizada. (GONZÁLEZ, 2020, p. 230)

Ao divulgar essa imagem, Taís corrobora com a tentativa de reversão desses estereótipos que inferiorizam as mulheres negras que "foram e ainda são amplamente ratificados através de diferentes práticas de representação: da literatura, da pintura e da música, etc." (BISPO, 2011).



Figura 20 - Imagem extraída do perfil da Taís Araújo[51]
Fonte: Instagram (2024)

Na publicação acima, também extraída do perfil de Taís Araújo, a atriz não aparece na imagem, mas traz a capa de uma edição da revista Ela, com as atrizes Cyda Moreno, Iléa Ferraz, Maria Ceiça e Vilma Melo. Vale destacar a legenda da publicação:

[51] Confira o perfil da Taís Araújo: https://www.instagram.com/taisdeverdade/?hl=pt-br
Acesso em 07/05/2024

> O incômodo é um estado muito poderoso, capaz de nos motivar a obter respostas, a evidenciar problemas e querer mudar as coisas. Ouso dizer que, muitas transformações partiram de um incômodo legítimo e essa matéria também começou assim.
> Na verdade ela começou ao acaso quando @santana_raissa me relatou sobre eu ter sido sua inspiração. A conversa foi ouvida por minha amiga @maricaruso, editora do @elaoglobo, que me propôs uma reflexão sobre quem me inspirou. Respondi ter começado vendo atrizes como Zezé Motta, Ruth de Souza e Léa Garcia, mas lembrei que existe uma geração que tentaram apagar entre mim e elas. Para a mídia, para o audiovisual ou para quem cria publicidade é como se não houvesse atrizes negras brilhantes preenchendo essa lacuna temporal, quando pelo contrário, artistas com mais de 50 anos como Cyda Moreno (@moreno_cyda), Iléa Ferraz (@ileaferraz), Maria Ceiça (@mariaceicadepaula) e Vilma Melo (@vilmameloschaefer) entregaram e segue entregando excelência. Contudo, onde elas estão? Por que não foram escolhidas para papéis de destaque? Campanhas publicitárias? Capas de revistas?
> A verdade é que elas foram invisibilizadas, como tantas outras, pelo racismo. Afinal, por que atrizes negras conscientes de sua grandeza e representatividade podem ser uma ameaça ao sistema? Por que não falamos de seu legado e resistência? A reflexão está nesta reportagem em que tive a honra de entrevistar e aprender com o quarteto que estampa a capa. (ARAÚJO, 2024)

Podemos notar a importância de ter pessoas negras em posições de destaque, em cargos estratégicos e de lideranças para abrir caminhos e usar da influência e do poder da caneta para modificar as estruturas racistas que dão o suporte à nossa sociedade. É extremamente necessário que haja mais pessoas empoderadas e com letramento racial na sociedade para viabilizar ações como a de Taís, ao apontar problemas de invisibilização de mulheres negras em uma organização (no caso de Taís, na revista *Ela*) e propor soluções e possibilitar o protagonismo a essas mulheres. De acordo com Berth (2023), citada no início deste trabalho:

> Empoderar, dentro das premissas sugeridas, é, antes de tudo, pensar em caminhos de reconstrução das bases sociopolíticas, rompendo concomitantemente com o que está posto, entendendo ser esta a formação de todas as vertentes opressoras que temos visto ao longo da História. (BERTH, 2023 p. 23)

Podemos observar que a capa da revista, praticamente histórica, atravessa e inspira mulheres, que muitas vezes se identificam com as atrizes ao terem suas trajetórias profissionais invisibilizadas. É possível perceber o quanto ter referências positivas de mulheres negras no Instagram pode transformar e redirecionar o seu olhar sobre si. Em

seu livro *Memórias de uma plantação* (2008), Grada Kilomba é eloquente ao falar em desenvolver pesquisas (e, aqui, estendo a postagens nas mídias sociais) sobre pessoas negras, pois, ao mudarmos a perspectiva de nosso olhar, de objetos a sujeitos, afirmamos um ato político. De acordo com Kilomba (2008)

> Como objetos, no entanto, nossa realidade é definida por outros, nossas identidades são criadas por outros, e nossa história designada somente de maneiras que definem (nossa) relação com aqueles que são sujeitos. (KILOMBA, 2008, p. 42)

Ao criarem narrativas nas redes sociais, as mulheres negras deparam-se com a possibilidade de se perceberem como atuantes e agentes, não apenas olhando para si como objetos (apenas pelo olhar do outro), mas sim como sujeitos com identidades complexas e trajetórias individuais. Racializar os espaços digitais é registrar e fortalecer o campo das relações étnico-raciais e ter o compromisso de nos colocar como protagonistas nos discursos.

Abaixo, seguem referências da atriz Zezé Motta, que abriu caminhos para que muitas mulheres negras possam ter espaço na TV e no teatro e ter a possibilidade de transitar em diversos papeis diferentes, não se atendo apenas ao estereótipo da empregada doméstica. Atualmente, aos 79 anos, Zezé é considerada uma das maiores artistas do país, expoente da cultura afro-brasileira.



Figura 21 - Imagem extraída do perfil da Zezé Motta
Fonte: Instagram (2024)

Na imagem acima, extraída no perfil da atriz Zézé Motta[52], ela aparece sorridente, usando um turbante de seda, com o texto "As definições de pretitude foram atualizadas…". Essa imagem é a materialização do que o Hall (2016) afirma como o fato de que as representações podem ser modificadas, uma vez que elas nunca podem ser fixadas, tendo como uma das estratégias para a subversão desses estereótipos negativos que acompanham a população negra, a transcodificação, ou seja, a apropriação de um significado existente, colando-o a um novo significado, mais engrandecedor. Segundo o autor:

> Palavras mudam seus sentidos. Os conceitos (significados) aos quais elas se referem também se modificam, historicamente, e toda transformação altera o mapa conceitual da cultura, levando diferentes culturas, em distintos momentos históricos, a classificar e pensar sobre o mundo de maneira diversa. (HALL, 2016, p. 59)

[52] Confira o perfil da Zezé Motta: https://www.instagram.com/zezemotta/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024

Desse modo, ao ressignificar o significado da negritude como algo belo e passível de orgulho, Zezé Motta está contribuindo com o rompimento de um estigma que perpetua durante séculos. Além disso, como dito anteriormente, a autonarrativa representa a reivindicação da escrita de si, que denota a passagem de objeto para sujeito como um ato político e de descolonização (KILOMBA, 2019) e reforça a autonomia recém-conquistada dessas mulheres, que, de acordo com Souza (1983), durante o processo de tornar-se negra, "uma das formas de exercer autonomia é possuir um discurso sobre si mesmo" (SOUZA, 1983, p. 45). A partir dessa construção imagética, a atriz desafia a lógica do colonizador, racista e sexista, e juntamente com o papel desempenhado há décadas por intelectuais, ativistas e movimentos sociais de negros e de mulheres – (re)conduz a outros referenciais e contextos que caracterizem o protagonismo e a militância política por parte desses agentes.

Outro exemplo da importância da representatividade negra nos meios digitais foi quando a jornalista mineira Aline Aguiar, pela primeira vez nos 55 anos do Jornal Nacional, abriu a bancada com uma trança nagô, atitude esta que reverberou positivamente nas redes sociais e fora dela.



Figura 22 - Imagem extraída do perfil do Africanize
Fonte: Instagram (2024)

Ao lado do jornalista César Tralli, a imagem, extraída em uma publicação do perfil Africanize[53] (um portal com intuito de destacar o universo negro, levando notícias e

[53] Acesse o perfil do Africanize: https://www.instagram.com/africanizeoficial/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024

entretenimento por meio das mídias sociais) destaca a jornalista Aline Aguiar, que chamou atenção pelo penteado, uma trança nagô. No perfil da jornalista no instagram[54], na publicação da foto em que aparece de cabelos trançados enquanto está sentada atrás da bancada, podemos perceber um rompimento de estereótipo negativo que envolve a aparência do cabelo de uma mulher negra ao reforçar as suas negritudes através do penteado. Afinal, de acordo com Gomes (2006):

> Essas identidades (negras) foram (e têm sido) ressignificadas historicamente desde o processo da escravidão até às formas sutis e explícitas de racismo, à construção da miscigenação racial e cultural e às muitas formas de resistência negra em um processo menos tenso - de continuidade e recriação de referências identitárias africanas. É nesse processo que o corpo se destaca como veículo de expressão e de resistência sociocultural [...] O cabelo como ícone identitário se destaca nesse processo. (GOMES, 2006, p. 48)

A partir desses exemplos, podemos perceber um movimento de empoderamento, onde as mulheres negras fazem questão de reassumir suas identidades, principalmente em eventos e espaços de grande alcance, como o evento da Forbes e o Jornal Nacional. Além disso, a presença de mulheres negras em espaços de prestígio pode ser inspiradora para outras mulheres negras, que veem nestas a possibilidade de galgar esses espaços de prestígio e poder. Para exemplificar, segue abaixo o nosso último exemplo deste subcapítulo:

[54] Confira o perfil da Aline Aguiar: https://www.instagram.com/alinecaaguiar/?hl=pt-br. Acesso em 07/05/2024



Figura 23 - Imagem extraída do perfil da Samantha Almeida
Fonte: Instagram (2024)

Na imagem acima, extraída no perfil da Samantha Almeida[55], atualmente, em 2024, diretora da área de Criação de Conteúdo dos Estúdios Globo, ela está discursando após vencer o prêmio Caboré 2021, principal premiação que reconhece os principais profissionais, agências e empresários que contribuem para o desenvolvimento da propaganda no Brasil.

Nesse contexto, podemos reconhecer o Instagram como uma ferramenta possível para construir novas narrativas, a partir da auto-narração dessas mulheres, e possibilitar a representatividade positiva de imagens diversas de negritude, uma vez que podem modificar a maneira como mulheres negras se enxergam em termos de aparência e de potências.

Podemos observar um conjunto de objetos e elementos que referenciam o luxo, como o uso da seda no vestido, tecido luxuoso que possui um significado relacionado à riqueza e à feminilidade. De acordo com Strauss (2008), na abordagem semiótica, não apenas palavras e imagens, mas também os objetos podem funcionar como significantes

[55] Confira o perfil da Samantha Almeida: https://www.instagram.com/sahalmeid/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024

na produção de sentido, uma vez que "roupas, por exemplo, podem ter uma função física simples – cobrir e proteger o corpo do clima. Contudo, também se apresentam como signos. Elas constroem significados e carregam uma mensagem." (BARTHES, 2012, p. 68)

É possível reconhecer a importância da representatividade e referência positiva destas mulheres como propulsor fundamental para inspirar outras mulheres negras e reforçar que é possível ocupar espaços de poder. Dessa forma, elas conseguem se ver em outras possibilidades que saem do padrão de subserviência que preponderou a geração anterior. Como disse Samantha Almeida uma vez, "seremos a última geração de primeiros"[56].

Para compreender os desafios que as mulheres negras enfrentam nesse movimento de romper com estereótipos raciais, abordaremos no subitem a seguir, como o racismo algorítmico e a inteligência artificial estão tentando minar os passos dessas mulheres.

2.4- Racismo algorítmico e Inteligência Artificial: novas ferramentas, velho problema

Como já foi possível perceber ao longo deste trabalho, o racismo muda a sua roupagem e se adapta aos novos tempos. Em um contexto de avanço tecnológico e de Inteligência Artificial (IA), é importante salientar uma questão que vem trazendo muita preocupação: o racismo algorítmico. Segundo Castells (2013), com esse avanço tecnológico, a sociedade passou a ser regida por algoritmos capazes de avaliar e predispor as escolhas e os comportamentos dos usuários, havendo, por conseguinte, a redução da autonomia na sociedade em rede (CASTELLS, 2013). Desse modo, a Inteligência Artificial (IA) vem se tornando uma ferramenta cada vez mais relevante à sociedade nos últimos anos, uma vez que grande parte dos aplicativos, sites e serviços que são utilizados atualmente contam com algum tipo de suporte inteligente, desde aplicativos de

[56] Cofira a matéria em https://moniqueevelle.substack.com/p/o-fardo-da-pessoa-numero-1 Acesso em 07/05/2024
Confira a matéria em : https://www.uol.com.br/universa/reportagens-especiais/a-poderosa---samantha-almeida/#page9 Acesso em 05/05/2024

relacionamento, como ferramentas de reconhecimento facial pela polícia. No contexto do Instagram, de acordo com Silva (2022):

> Os algoritmos ganharam seu lugar no discurso popular graças justamente ao chamado "Feed de notícias" do Facebook. A presença de um "fluxo de conteúdo" (stream-based updates) em linhas do tempo ou feeds virou uma característica definidora das mídias sociais, tanto quanto os perfis pessoais e conexões em rede. (SILVA, 2022, p. 46)

Nesse sentido, de acordo com o autor, os algoritmos deveriam entregar os conteúdos pautados nos assuntos considerados relevantes para as pessoas, uma vez que a personalização da experiência do usuário leva em consideração inúmeros dados sobre o perfil de cada indivíduo, desde o seu histórico de uso, além de diferenças e similaridades com outros usuários para supostamente entregar o que o usuário gostaria de ver e consumir. Porém, os algoritmos logo viraram debate ao surgirem denúncias de criadores de conteúdos, ou seja, influencers negros, sobre a desproporcionalidade da entrega dos conteúdos, em comparação aos influencers brancos, levantando o debate sobre o racismo algorítmico. De acordo com Silva (2022):

> Os usuários afrodescendentes dessas plataformas depararam com a incongruência na cobertura e na citação dos temas que os afetam. A maioria dos usuários das mídias sociais as utiliza para se informar sobre notícias e fatos em circulação pública e, como vimos, "uma das principais características das microagressões [...] é o fato de sua aparente 'invisibilidade', principalmente contidas em expressões não intencionais de preconceito". Afinal, como o assassinato impune de jovens e as manifestações decorrentes disso poderiam não ser "relevantes" na principal plataforma da internet? (SILVA, 2022, p. 48)

E, para além do apagamento e invisibilização dos assuntos sobre corpos negros nas mídias sociais, de acordo com uma pesquisa de Luiz Trindade (2018), é possível evidenciar que o ataque de ódio nas redes sociais tem cor, raça, gênero e, principalmente, classe social. Segundo Silva (2022):

> Especificamente sobre manifestações explícitas de mensagens racistas nas mídias sociais no Brasil, destacamos o trabalho de Luiz Trindade, que traz dados especialmente relevantes sobre comportamento dos agressores e características dos alvos: 81% das vítimas de racismo no Facebook no Brasil são mulheres negras de classe média, com ensino superior; 76,2% dos agressores não tinham nenhum relacionamento

> prévio com a vítima; 66% dos agressores são homens jovens; e frequentemente as articulações para xingamentos racistas são reações a eventos positivos expostos nas mídias sociais por mulheres negras. (SILVA, 2022, p. 20)

O autor, fazendo referência à pesquisa de Trindade (2018), ainda complementa que:

> Em sua pesquisa, Trindade descobriu categorias comuns de eventos que desencadeiam a articulação em grupo de perseguições racistas nas mídias sociais. Tais eventos são sobretudo fruto da discordância anterior com algum post ou comentário de cunho negativo contra pessoas negras e a exibição de diversos tipos de prestígio, tais como a filiação a profissões consideradas mais "nobres" (como medicina, jornalismo etc.), posições de liderança em ambientes midiáticos, viagens ao exterior, concursos de beleza e afins. (SILVA, 2022, p. 20)

Fica evidente que mulheres negras que alteram a lógica colonial ao ocupar lugares que, segundo a sociedade racista, não são destinados a elas, desencadeiam ódio e reações degradantes. Deste modo, se, por um lado, as mídias sociais possibilitam a autonarração destas mulheres, por outro, as expõem aos mais cruéis tipos de violências. Segundo Melo e Moita Lopes (2015):

> Os Discursos relacionados ao patrulhamento da raça seriam precipitados quando negras/os ocupam lugares tradicionalmente não destinados a eles/as, como por exemplo, a administração de uma grande empresa, a entrada em algumas lojas etc. Ao adentrarem espaços que não seriam seus, o sistema que funciona por meio de recursos semióticos múltiplos entraria em vigor para colocar esses corpos abjetos em seus devidos lugares, por meio de performances corpóreas discursivas bem delimitadas. No Brasil, este sistema naturalizado parece velado em algumas circunstâncias, mas, se analisado detalhadamente, torna-se explícito em muitas situações. (MELO e MOITA LOPES, 2015, p. 56)

Desse modo, podemos perceber como o pacto da branquitude (BENTO, 2020) atua, o acordo não verbalizado de autopreservação que atende a interesses de determinados grupos em perpetuar e manter o poder de pessoas brancas, principalmente o acesso a privilégios e certos espaços de prestígio.

Embora exista um objetivo de apagamento e a aniquilação da população negra, na esfera virtual, é evidente a produção de um movimento de resistência por essas mulheres,

ao se autonarrarem nas redes sociais, publicar fotos em espaços de prestígio e mantê-las publicadas, apesar dos ataques racistas que recebem. Ao fazer isso, elas redistribuem espaços sociais e constroem representações simbólicas de poder que descolonizam olhares e pensamentos.

3- “Tornar-se negra”: Construindo discursos, rompendo estereótipos

Neste capítulo, abordaremos mais a fundo o processo da (re)construção da representação de quatro mulheres negras que podem ser consideradas referências de poder, elegância e sofisticação, sendo elas: Camila Nunes, Nina Silva, Luana Génot e Samantha Almeida.

Para a construção deste trabalho, a metodologia aplicada precisou abarcar a imensidão de desafios que o universo das mídias sociais proporciona. Para isso, foi adotada uma abordagem qualitativa, uma vez que o objetivo central da pesquisa é entender como se dá a (re)construção da representação de mulheres negras nas mídias sociais, ou seja, há subjetividades e nuances que não são quantificáveis. Segundo Bauer (2002), os dados coletados qualitativamente possibilitam a compreensão das relações sociais e os contextos históricos que envolvem o objeto estudado.

Foi realizada uma intensa pesquisa bibliográfica, via internet, baseada na temática do estudo, com articulações teóricas de autores referências no assunto. O processo de pesquisa sobre a representação de mulheres negras possibilitada pela democratização das redes sociais contou com o auxílio de sites, livros e revistas especializadas nessa temática, proporcionando a construção de uma importante relação de nomes e narrativas que cresciam na medida em que a pesquisa evoluía. Com o avanço da pesquisa, reconheço a necessidade de construir um roteiro para traçar um percurso que possibilitaria responder aos questionamentos iniciais, tais como: como mulheres negras bem-sucedidas constroem, nas mídias sociais, representações visuais sobre os sentidos de “tornar-se negra”? Como essas representações visuais podem oferecer referências positivas sobre ser negra na sociedade?

Outra técnica utilizada foi a leitura e análise de imagens extraídas de prints de contas no Instagram. O conceito de imagem vem do latim *imago*, que significa toda e qualquer visualização gerada pelo ser humano que varia na forma do objeto, uma obra de arte, um registro foto-mecânico, uma construção artística em pintura, um desenho ou até mesmo um pensamento como representação de imagens mentais (COUTINHO, 2008, p. 33).

Diante do número consideravelmente significativo de mulheres negras bem-sucedidas com contas no Instagram (embora ainda seja um número muito pequeno em

comparação ao tamanho da população brasileira), reconheci a necessidade de selecionar quatro personalidades, de diferentes setores do mercado, para construir uma análise detalhada a partir dos conceitos abordados pela pesquisa.

Nesta investigação, a partir das contribuições teóricas de Berth (2018), Fanon (2008), González (2020), Hall (2006 e 2016) e Souza (1983), como articuladores centrais, analisamos a imagem extraída do Instagram por representar um recorte da sociedade registrada pela ação humana.

Foram analisadas 16 (dezesseis) publicações no Instagram de Camila Nunes, Nina Silva, Luana Génot e Samantha Almeida, sendo 4 (quatro) de cada uma, dentro do período de janeiro a setembro de 2024. Para análise mais aprofundada nesta pesquisa, escolhi uma publicação de cada uma que mais representam espaços de prestígio, conceito que me aprofundarei mais à frente.

O meu roteiro iniciou-se pela escolha das perspectivas apresentadas pelos estudos da cultura visual como uma estratégia para elaboração das análises e intepretações das narrativas produzidas pelas imagens e histórias dessas mulheres negras publicadas em fotos no Instagram. Martins e Tourinho (2011, p. 53) me auxiliam ao orientar que "a cultura visual assume que a percepção é uma interpretação e, portanto, uma prática de produção de significados que depende do ponto de vista do observador/espectador em termos de classe, gênero, etnia, crença, informação e experiência cultural". Com isso, a leitura das imagens possibilita reconhecer as formas subjetivas de discursos que buscam impor e/ou manter, ou até mesmo romper padrões que visam homogeneizar conceitos estéticos, além de tendências dos padrões visuais. Em uma explicação simplificada, a cultura visual é um campo de estudo que analisa as imagens visuais como uma forma de compreender o mundo e a realidade. Partindo do entendimento de que a imagem fala, utilizo prints das fotos postadas através de publicações no Instagram para desenvolver a análise destas imagens, sob a ótica de que "Palavras mudam seus sentidos. Os conceitos (significados) aos quais elas se referem também se modificam" (HALL, 2016, p. 59), para evidenciar como a produção de sentido do que é a representação de ser uma mulher negra na sociedade pode ser transformada. Diante de tal proposta, utilizo algumas perguntas sugeridas por Hall (2016, p. 97) para direcionar nosso diálogo com as imagens produzidas pelas publicações. As perguntas são:

> **1.** Quem domina o centro da imagem?
> **2.** Quem ou o que é o "sujeito" na obra? As respostas (1) e (2) são as mesmas?
> **3.** O que você percebe de relação de poder na imagem? Como elas estão representadas? Como as formas e relações espaciais da imagem representam isso?
> **5.** Descreva o "olhar" das pessoas na imagem: quem está olhando para quem? O que isso nos conta?
> **6.** Qual mensagem o corpo do personagem transmite?
> **7.**Você percebe alguma coisa a mais sobre a imagem que nós tenhamos deixado passar?
>
> (HALL, 2016, p. 97)

Além dessas perguntas sugeridas por Hall (2016), acrescento mais três que considero relevantes para a elaboração dessa pesquisa:

8. O que o vestuário dos sujeitos da imagem nos diz?

9. Como a pauta racial aparece?

10. Como a ancestralidade aparece?

Para prosseguir com o debate, aproveito para esclarecer sobre três conceitos importantíssimos para a compreensão da análise: luxo, prestígio e ancestralidade. O primeiro é algo de preço elevado, raro, que é objeto do desejo de muitos, cuja posse deve gerar prazer. Por ser supérfluo, atende não a uma necessidade, mas a um desejo. (STREHLAU, 2004, p. 25). Já o segundo, pode ser um benefício resultante do uso de uma marca de luxo, mas não é automaticamente relacionado ao bem de luxo (STREHLAU, 2004, p. 22). Ainda segundo a autora, nesse sentido, o conceito de luxo parte da necessidade e da utilidade, enquanto o conceito de prestígio implica uma questão mais abstrata de superioridade relativa aos outros indivíduos.

Já a ancestralidade pode ser compreendida como os "modos de lidar com a experiência da diáspora, modos de manter viva a ligação com a mãe África" (GUILLEN, 2016, p. 3), uma vez que se trata de uma abstração, um sentimento que provoca uma conexão com os antepassados, ou com o que se faz referência à cultura negra. De modo mais claro, as ideias de Machado (2014) complementam as ideias de Guillen (2016) ao enfatizar que "É disso que falo, dessa "coisa" que tá dentro da gente, que nos acompanha dia-a-dia, seja dia, seja noite. Falamos de ancestralidade!" (MACHADO, 2014, p. 19).

Ou seja,

> A ancestralidade, portanto, é um modo positivo de lidar com diversas questões, mas que convergem e que são dirigidas à construção de soluções para problemas muito diversos, como o combate ao racismo e a afirmação de certa identidade negra. A relação com uma ancestralidade, desse modo, pode ser percebida em diversos campos da luta social e política, ou mesmo da vida cotidiana. É um recurso discursivo que relaciona aquele que fala com uma vasta luta social, que lhe dá suporte emocional, ânimo político e legitimidade em suas ações. Além de estabelecer vínculos deste individuo com o suposto passado do dito ancestral, tomando-os em perspectiva linear e única. (GUILLEN, 2016, p. 8)

Para além de ser uma ponte que liga os indivíduos negros ao seu antepassado histórico, o termo pode ser compreendido como uma espécie de "reconhecimento" sobre sua negritude, uma referência positiva de orgulho da própria identidade. Como reforça Machado (2014):

> Ser negro não é "apenas" um dado, mas uma construção afetiva e efetiva, em muitos casos é um reconhecimento que se dá por meio do reconhecimento da nossa ancestralidade africana, por meio de uma construção positiva da imagem do negro, do conhecimento da nossa história, da nossa cultura. É uma ação formativa, implicada, onde o aprender / conhecer leva ao sentir(se), ser em devir. (MACHADO, 2014, p.23)

Nesse sentido, nessa pesquisa entenderemos ancestralidade como forma de fazer referência à negritude. Antes de iniciar a discussão, vamos conhecer as trajetórias destas mulheres:

3.1- Camila Nunes

Camila Nunes é empresária e influencer brasileira, formada em Maquiagem e Estética, nascida em São Gonçalo, no Rio de Janeiro. Até o momento dessa pesquisa (2024), não foram encontrados detalhes sobre onde ela estudou e o bairro em que morou. Em 2012, ela criou o canal @camilanuneees[57] no YouTube, a fim de ajudar mulheres de pele negra a aprenderem a se auto maquiar, onde ganhou popularidade e foi convidada a

[57] Acesse o canal da Camila Nunes: https://www.youtube.com/@camilanuneees Acesso em 07/05/2024

levar algumas dicas para a TV Globo[58], em 2019, no programa semanal *É de Casa*. Além de ajudar essas mulheres, ao longo desse tempo pôde expandir seus conhecimentos, trazendo novas pautas para a criação dos conteúdos. Hoje no canal do YouTube, que possui 700 mil seguidores, é possível encontrar conteúdos sobre maquiagem, cabelo, estilo de vida e empreendedorismo.

Em setembro de 2018, Camila lançou um livro sobre maquiagem para a pele negra, intitulado *Em todas as cores*. Em matéria[59] sobre a divulgação do livro, ela disse que a publicação é um grande marco, pois ele também tem como objetivo inspirar outras meninas e mulheres, por meio da automaquiagem. "Precisamos nos empoderar e reconhecer o quanto somos belas. Publicar esse livro não é uma conquista apenas minha, é nossa" (NUNES, 2018).

Já no Instagram[60], que será nosso objeto de estudo, até a escrita deste trabalho, ela concentra 451 mil seguidores e fala sobre beleza, self care, look básico e elegante.

3.2- Nina Silva

O próximo perfil a ser analisado é o da Nina Silva (@ninasilvaperfil)[61], que, até a escrita desse trabalho, acumula 175 mil seguidores. Nina é executiva e especialista em tecnologia e inovação, uma das 100 pessoas afrodescendentes com menos de 40 anos mais influentes do mundo e sócia fundadora do Movimento Black Money[62], que visa favorecer negócios de pessoas negras e fortalecer a comunidade afrodescendente, cujo objetivo é conectar aqueles que se interessam por esse propósito e construir uma sociedade mais igualitária; e também é fundadora do banco digital D'Black Bank[63], um banco de negro para negro, tendo se especializado em finanças, negócios e *web 3.0*.

---

[58] Você pode conferir a matéria em: https://gshow.globo.com/tv/e-de-casa/noticia/camila-nunes-ensina-maquiagem-para-pele-negra.ghtml Acesso em 03/11/2024
[59] Confira a matéria aqui: https://aloalobahia.com/notas/blogueira-camila-nunes-lanca-livro-sobre-beleza-negra Acesso em 03/11/2024
[60] Confira o perfil do Instagram de Camila Nunes: https://www.youtube.com/@camilanuneees Acesso em 19/10/2024
[61] Confira o perfil do Instagram de Nina Silva: https://www.instagram.com/ninasilvaperfil/?hl=pt-br Acesso em 22/10/2024
[62] Confira o site do Movimento Black Money aqui: https://movimentoblackmoney.com.br/ Acesso em 22/10/2024
[63] Confira o site aqui: https://dbb.movimentoblackmoney.com.br/ Acesso em 22/10/2024.

Nascida e criada em São Gonçalo (RJ), no bairro Jardim Santa Catarina, que já foi considerada a maior favela plana da América Latina, formou-se em administração pela Universidade Federal Fluminense e fez pós-graduação na área de sistemas de informação e gestão de projetos, com diversas certificações internacionais. Como jovem, mulher e negra, sempre lidou com a disparidade de não conviver com semelhantes nos times em que trabalhava. O "não pertencer" vinha em muitas formas: quando homens mais velhos a chamavam de menina, mesmo ela sendo a gestora do time; quando foi mandada embora com justificativas como de não ter o perfil da vaga, mesmo tendo a melhor avaliação de atendimento; quando chegava a um time novo e lhe mediam da cabeça aos pés, duvidando que fosse a dona do currículo recheado de certificações.

3.3- Luana Genót

Luana Genót é publicitária pela PUC-Rio, Mestre em Relações Étnico-Raciais pelo Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais do CEFET/RJ e fundadora e diretora executiva do Instituto Identidades do Brasil – ID_BR[64], que, através da Campanha Sim à Igualdade Racial, apoia empresas e organizações a desenvolverem ações afirmativas para a inclusão de negros e indígenas em todos os espaços possíveis. Por levar a pauta racial de forma didática para as redes sociais, passou a ganhar notoriedade na mídia. O perfil no Instagram de Luana[65], até o momento da escrita deste trabalho, possui 266 mil seguidores.

Em sua trajetória, Luana morou fora do Brasil, em um intercâmbio nos Estados Unidos, onde foi voluntária da campanha para a reeleição do ex-presidente do país norte-americano, Barack Obama. Depois, trabalhou em uma agência de publicidade chefiada por uma mulher negra, onde sinalizou, em entrevista no site da Forbes, que "Ver mulheres negras em posições de liderança mudou minha perspectiva"[66] (GÉNOT, 2022).

[64] Confira o site do ID_BR: https://www.simaigualdaderacial.com.br/ Acesso em 01/11/2024
[65] Confira o perfil no instagram de Luana Génot: https://www.instagram.com/luanagenot Acesso em 07/05/2024
[66] Confira a entrevista aqui: https://forbes.com.br/forbes-mulher/2022/05/luana-genot-luta-para-diminuir-o-racismo-no-mercado-de-trabalho/ Acesso em 07/05/2024

3.4- Samantha Almeida

Samantha Almeida é formada em Moda, cria da Favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, foi a primeira mulher negra a conquistar o Prêmio Caboré, em 2021, principal premiação que reconhece os principais profissionais, agências e empresários que contribuem para o desenvolvimento da propaganda no Brasil, e a representar o Brasil no Festival de Cannes, festival de cinema criado em 1946, um dos mais prestigiados e famosos festivais de cinema do mundo, em 2023. Atualmente, até o momento de escrita deste trabalho, ela atua como Diretora de Diversidade e Inovação em Conteúdo da TV Globo e é uma referência importantíssima para a nova geração de mulheres que querem galgar espaços que até então lhes eram negados. Seu perfil no Instagram, até o momento de escrita dessa pesquisa, possui 68,5 mil seguidores. Em entrevista na UOL[67], Samantha disse que seu pai trabalhava na Rede Globo e a levava para passear no trabalho, de modo que ela cresceu vendo Zezé Motta, Antônio Pitanga e outros artistas negros pelos corredores, o que a inspirou a galgar grandes espaços. É formada em Moda, mas trabalhou com Marketing e Comunicação.

3.5- (Re)ssignificando representações

Antes de iniciar nossa análise, vamos compreender o que é discurso. Segundo Foucault (2009), "o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar" (FOUCALT, 2009, p. 10). Logo, para aprofundar este subcapítulo com um recorte que atenda à proposta deste trabalho, vamos entender o significado de discurso imagético: é um texto imagético que está embasado em códigos convencionados socialmente. Assim,

> (...) as imagens são capazes de (des/re)construir conceitos e valores que interferem no modo de conceber e apreender o mundo e, nesse ínterim, o diferente. O modo como o "outro" está representado (re)aviva determinada memória (e não outra) e, por meio dela, são suscitadas sensações e emoções – repulsa, tolerância ou até mesmo de

[67] Confira entrevista: https://www.uol.com.br/universa/reportagens-especiais/a-poderosa---samantha-almeida/#page5 Acesso em 24/10/2024

> identificação – que contribuem tanto para a manutenção da exclusão quanto da inclusão do referente. (TASSO, 2012, p. 134).

Desse modo, podemos entender que esse tipo de discurso tem o poder de construir e desconstruir significados, tanto quanto ressignificá-lo. De acordo com a Academia Brasileira de Letras[68], o termo 'ressignificar' significa "Dar novo sentido, valor, forma ou função a (algo), geralmente com o intuito de superar padrões (comportamentais, psíquicos, estéticos, morais, ideológicos, etc.) estabelecidos pela tradição ou pela experiência de um indivíduo ou grupo social". É possível compreender a "ressignificação" como algo poderoso e transformador, e que pode ser aliado a uma causa ou movimento, dependendo de como é utilizado. Conforme Bakhtin (1988), existe um duplo referencial semântico nos processos de significação: o primeiro formado por significações construídas ao longo da história social e cultural da humanidade; o segundo, formado por experiências individuais e sociais. O primeiro pode ser considerado relativamente fixo, ainda que possua natureza dinâmica; em oposição, o segundo tem característica extremamente dinâmica, que se faz e refaz nos processos discursivos. A esse refazer chamamos ressignificação, uma vez que novos significados podem ser atribuídos ou mesmo desfeitos. Dessa maneira, vestuários, ornamentos, e traços fenotípicos (como cabelos) "devem ser tomados como legados culturais que foram, neste caso, ressignificados na diáspora e adquirem, a cada dia, novos sentidos. A partir da reafirmação de elementos evocados por um conjunto lexical reafricanizado." (BARBOSA, 2012, p. 8).

Nesse sentido, podemos compreender a representação como algo que pode ser ressignificado, e, para tal, precisa de ações e intenções por parte de quem a faz. Desse modo, a representação de uma figura feminina negra em um contexto que pode ser considerado de refinamento, elegância e prestígio é algo que pode trazer um efeito positivo, uma vez que, segundo Maalouli Hajli e Botelho (2016):

> As questões aspiracionais do consumo estão intimamente relacionadas à esperança do consumidor, porque estão relacionadas a uma meta, como a autorrealização, status, associação no grupo ou apenas a posse de algo de alta qualidade. A esperança é uma emoção ainda pouco

[68] Confira o significado aqui: https://www2.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/ressignificar#:~:text=Dar%20novo%20sentido%2C%20valor%2C%20forma,um%20indiv%C3%ADduo%20ou%20grupo%20social. Acesso em 04/11/2024

> estudada em marketing, definida como um estado motivacional positivo baseado no senso de sucesso da energia direcionada à força motivacional (agency) e do planejamento de caminhos (pathways) para alcance de uma meta. (MAALOULI HAJLI e BOTELHO, 2016, p. 2)

Para aprofundar nas análises, é importante conceituar o que é consumo. Segundo Carvalho (2014):

> (Consumo é) A concepção estritamente sociológica da relação entre satisfação e acesso socialmente estruturado, que dependem da exibição e conservação das diferenças, sendo as mercadorias usadas para estabelecer vínculos e distinções sociais. (CARVALHO, 2014, p. 30)

Podemos compreender que o consumo é uma prática que possibilita uma relação social, e pode ser vista pela ótica da cultura, ou seja, o conjunto de conhecimentos, valores, tradições, costumes, ideias, símbolos e práticas que caracterizam um grupo. A cultura do consumo, de acordo com Taschner (1997), significa:

> É todo um conjunto de imagens e símbolos que vão sendo criados e recriados, associados a esses bens, além de novas formas de comportamento efetivo e no modo de pensar e sentir de segmentos cada vez mais amplos da população da chamada sociedade ocidental, os quais valorizam positivamente os atos ligados ao consumo de bens e/ou serviços, seja renovando-os, seja acumulando-os. (TASCHNER, 1997, p. 2)

Deste modo, a cultura do consumo desperta excitação, interesse e desejo, uma vez que cria esperança e motivação para galgar certos espaços e posições sociais.



Figura 24 - Imagem extraída do perfil da Camila Nunes
Fonte: Instagram (2024) Acesso em 19/10/2024

A primeira publicação analisada (Figura 24) é uma publi (uma abreviação informal de "publicidade" e se refere a conteúdos patrocinados publicados por influenciadores digitais, blogueiros ou criadores de conteúdo) de uma bebida alcoólica, até então relativamente nova no mercado (em 2024), chamada Brutal Fruits Spritzer Brasil, cujo slogan é "O sabor da sofisticação em suas mãos." Além de notar uma associação a uma marca cujo diferencial é a sofisticação, a mulher negra ocupa uma posição central na imagem e o vestiário é de um tom de bege com rosê gold, com ornamentos dourados, além de possuir um tecido de poliamidas, que é considerado um tecido nobre para maiôs devido à sua qualidade e durabilidade. Por cima do maiô, ela usa uma camisa de linho, um tecido igualmente nobre, pois é de alta qualidade, durável e feito de uma fibra natural. O linho é considerado um dos tecidos mais antigos do mundo, de acordo com site[69] especializado em tecidos:

> Um dos mais antigos tecidos conhecidos pelo homem – é usado em roupas desde 8.000 aC e registros datam as primeiras fibras de linho tingidas de 36.000 aC. Suas tramas acompanharam a história da humanidade de perto: era popular no Egito antigo, usadas como

[69] Confira o site aqui: https://sublimetecidos.com.br/tecido-linho-sua-historia-e-significado/ Acesso em 03/11/2024

> vestuário e também como um tecido de enterro no qual as múmias eram embrulhadas. (Sublime Tecidos).

Além de ser um dos tecidos mais antigos do mundo, o linho "é um tecido da família das linháceas, e é até hoje considerado um dos mais nobres do mundo. No Egito antigo, era usado para vestir Faraós como um símbolo de riqueza e poder. Logo o tecido se espalhou mundo afora, e foram os romanos os primeiros a cultivá-lo em solo europeu." (DDX Têxtil[70]) e "já tiveram até mesmo valor econômico: os tecidos de linho já foram usados como moeda nessas antigas civilizações." (Loja Ouvidor[71])

Complementando o vestuário, ela usa braceletes dourados, o que já é incomum para a maioria das pessoas, uma vez que, no Brasil, não se costuma usar esses acessórios em ambientes de banho público, como a praia. O cenário é um iate, onde Camila revela passar uma tarde com as amigas enquanto jogam conversa fora e apreciam um bom drinque. O ambiente configura um espaço de prestígio, uma vez que um iate no Brasil é considerado um bem de luxo[72], e que é acessível a uma pequena parcela da população, sobretudo na cidade do Rio de Janeiro, que, de acordo com a Forbes[73], possui o metro quadrado mais caro do país. Esse conjunto de elementos faz referência ao luxo, o que, na imagem, materializa a representação de poder.

A ancestralidade pode ser observada no cabelo afro, volumoso e solto somado à transmissão de autoconfiança, segurança e orgulho expressadas por Camila, que, segundo Gomes (2006):

> Mas tal comportamento (estilo de cabelo e tipo de penteado) pode também representar um processo de reconhecimento das raízes africanas assim como de reação, resistência e denúncia contra o racismo. E ainda pode expressar um estilo de vida. (GOMES, 2006, p. 30)

[70] Você pode conferir o site em: https://www.ddxtextil.com.br/a-historia-dos-tecidos-da-idade-antiga-ate-os-dias-de-hoje Acesso em 03/11/2024
[71] Você pode conferir o site em: https://lojaouvidor.com.br/linho-elegancia-e-historia/ Acesso em 03/11/2024
[72] Você pode conferir o site em: https://pt.org.br/reforma-tributaria-bens-de-luxo-como-iates-e-jatinhos-pagarao-ipva/ Acesso em 01/11/2024
[73] Você pode conferir a matéria em: https://forbes.com.br/forbeslife/2024/06/como-e-morar-no-predio-com-o-metro-quadrado-mais-caro-do-brasil/#:~:text=Morar%20no%20metro%20quadrado%20mais,partir%20de%20R%24%20100%20mil. Acesso em 01/11/2024

Ou seja, a representação do cabelo crespo em um espaço de prestígio que foi historicamente negado à população negra é um ato simbólico e extremamente relevante para romper o estereótipo de que as mulheres negras só servem para ocupar espaços degradantes e ocupar o lugar da subserviência e que não podem ter acesso a bens de luxo. Essa hipótese pode ser reforçada com as ideias de Maalouli Hajli e Botelho (2016), que afirmam que:

> O luxo relaciona-se com o que é raro, exclusivo, restrito e, consequentemente, de custo mais elevado, e muitas vezes está relacionado ao consumo aspiracional. O consumo de bens de luxo apresenta um caráter hedônico, funcionando como uma forma de autogratificação. (MAALOULI HAJLI e BOTELHO, 2016, p. 2)

Com esse conjunto de critérios, Camila passa uma imagem de valores como o luxo, a riqueza e o requinte. E faz tudo isso valorizando os seus cachos e usando cores que ressaltam e valorizam a sua beleza negra. É nesse momento que, segundo Hall (2016), a representação aparece: ela é a produção do significado dos conceitos da nossa mente por meio da linguagem. Ou seja, ao analisarmos o perfil de Camila, a combinação desses conceitos produz um sentido que remete a uma linguagem: prestígio, conforme aprofundado no início deste capítulo. Deste modo, a representação simbólica de mulheres negras em espaços de prestígio pode ser um fator relevante para motivar, inspirar e esperançar outras meninas e mulheres a ocuparem lugares que lhes foram historicamente negados.

Em uma observação geral no Instagram da influencer, é possível notar que grande parte dos conteúdos são publis, ou seja, publicidades de diversos produtos de moda e beleza, como cremes de cabelo, maquiagem para a pele negra, produtos de skincare, o que, por um lado, é algo positivo, já que, como vimos no início deste trabalho, o cabelo crespo, assim como a pele negra, era invisibilizado pelo mercado, passando a ter mais protagonismo no período da transição capilar, em 2015. Por outro lado, apresenta uma tensão, visto que o capitalismo está intimamente ligado ao racismo, uma vez que este é um subproduto da sociedade de classes, uma ferramenta de dominação usada pela burguesia para dividir e enfraquecer a classe trabalhadora, além de aprofundar a expropriação, que significa obter lucro através da exploração de um determinado grupo, sem gerar custos, ou com custos mínimos. Vale destacar que, embora muitos conteúdos

no perfil sejam publicitários, isso não significa que todos tenham esse caráter. Camila compartilha, além de parcerias comerciais, fotografias que parecem refletir seu cotidiano, suas vivências e trajetórias, além de conteúdos relacionados à moda e estilo de vida.

Em uma análise geral no perfil, nota-se que Camila não fala abertamente sobre a pauta racial. A pauta aparece mais evidentemente nas publis, quando ela sinaliza que a pele negra precisa de cuidados específicos e que, por isso, tal produto é o mais adequado. Novamente, apresenta uma tensão, já que pode significar que a pauta racial é utilizada somente quando se tem vantagens e ganhos pessoais. De acordo com hooks (2019):

> Se muitas das pessoas não negras que produzem imagens ou narrativas críticas a respeito da negritude e das pessoas negras não questionarem suas perspectivas, elas podem simplesmente recriar a perspectiva imperialista – o olhar que procura dominar, subjugar e colonizar. (hooks, 2019, p. 35)

Embora se evidencie o tratamento da pauta racial por Camila como uma comoditização, uma vez que ela usa a pauta de forma estratégica para alcançar seus objetivos comerciais, por outro lado, ela recria a perspectiva imperialista, conforme sugere hooks (2019), ao inverter a lógica colonizadora e, principalmente, reforçar a imagem de mulher negra em espaços de prestígio.



Figura 25 - Imagem extraída do perfil da Nina Silva[74]
Fonte: Instagram (2024)

[74] Confira o perfil do Instagram de Nina Silva: https://www.instagram.com/ninasilvaperfil/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024

A próxima imagem analisada (Figura 25) é uma fotografia da executiva Nina Silva em um evento da Forbes, considerada a mais conceituada revista de negócios e economia do mundo. O evento em questão é um almoço que reúne mulheres de diferentes mercados para troca de experiências e networking. Na imagem, podemos observar que o cenário parece um ambiente fechado, talvez o restaurante de um hotel, e pelas composições de mesa, como as taças de champanhe, sinalizam que é um ambiente que não é acessível a grande parte da população. A combinação do ambiente, que aparenta ser um espaço de prestígio, com um evento da Forbes, já indica uma representação de poder na imagem. Um detalhe que chama bastante atenção é o fato de Nina ser a única mulher negra no ambiente, sentada em uma mesa, como convidada do evento, o que escancara o racismo. Além disso, é possível observar um contraste nas vestimentas de Nina, que, enquanto a maior parte das pessoas usam tons neutros, Nina usa, em um tecido nobre, a seda, cores vibrantes, chamativas e coloridas, muito característico de roupas africanas, uma vez que representa uma expressão cultural e de identidade desses povos[75]. Além disso, a seda é um tecido nobre, luxuoso e muito apreciado, conhecido pela sua textura suave e aspecto brilhante. É apreciado há séculos e está associado à elegância e sofisticação, considerado um dos mais caros do mundo, uma vez que "desde as suas origens nos casulos do bicho-da-seda até à tecelagem de tecidos de seda requintados, o processo de produção envolve um cultivo cuidadoso e artesanato" (Recovo.co[76]).

> A produção da seda, inicialmente um segredo guardado a sete chaves pela China antiga, desencadeou uma revolução no comércio e na moda, criando uma ponte entre civilizações através da famosa Rota da Seda (...) que resultou em um intercâmbio de conhecimento e influências culturais, enriquecendo ambas as civilizações (Ásia e Europa). (MENDONÇA, 2016, p. 3).

Além disso, ela foi inicialmente exclusiva da nobreza e era considerada um símbolo de luxo devido à sua suavidade e brilho resplandecente. De acordo com registros

[75] Confira texto aqui: https://blog.modacad.com.br/tecidos-cores-e-estampas-das-roupas-africanas/#:~:text=A%20for%C3%A7a%20da%20linguagem%20visual%20desta%20ancestralidade&text=Muitas%20culturas%20ao%20longo%20da,com%20tanta%20beleza%20e%20criatividade. Acesso em 22/10/2024

[76] Confira o site aqui: https://recovo.co/pt/blog/article/o-que-e-o-seda-e-como-e-feitotudo-o-que-precisa-de-saber Acesso em 01/11/2024

acadêmicos, a seda já fazia parte do guarda-roupa dos aristocratas no período do Brasil Império, no século XIX, mais especificamente de 1822 a 1889. De acordo com Chataigner (2010):

> Para se conseguir o efeito dos trajes neoclássicos, os brocados e os vivos tecidos luxuosos deram lugar aos tecidos finos, claros e pálidos com cores claras, como a cor branca e a rosa-claro, em musselina ou cambraia para o dia a dia e em seda para ocasiões festivas (CHATAIGNER, 2010).

Além disso, segundo Araújo, Marcicano e Held (2019), "devido à leveza do tecido, o estilo era adequado ao clima brasileiro e foi difundido e amplamente usado pelas damas da Corte, Dona Leopoldina e Dona Carlota, registrado por Debret nos momentos solenes da Corte." (ARAÚJO, MARCICANO e HELD, 2019, p. 276).



Figura 26 - *Met Museum* -vestido de seda na cor madre-pérola, 1860

Fonte: VERSI[77]

O século XIX teve a maior concentração de comércio de africanos escravizados na história do Brasil (PÔRTO, 2006, p. 1019), sendo o período em que a importação foi a maior da história brasileira. Naquela época, embora o conceito de moda no século XIX

[77] Confira o perfil do Instagram de Nina Silva: https://www.instagram.com/ninasilvaperfil/?hl=pt-br Acesso em 07/05/2024

envolvesse a classe alta, a classe média não ficava de fora de um costume tão importante. “Em uma família de classe média, o esmero da vestimenta ia do chefe da família ao escravo. Os escravos possuíam posições entre eles e, quanto mais próximos da família, melhores eram seus cuidados com a aparência e melhor se vestiam.” (ARAÚJO, MARCICANO e HELD, 2019, p. 291).



Figura 27 - Empregado do governo saindo a passeio
Fonte: Bandeira e Lago (2009, p. 169)

Desse modo, a seda é um produto que, além de ter sido historicamente negada à população negra, era um lembrete cotidiano de sua condição de escravizado, objeto e desumano. Nesse sentido, ao vestir roupas desse tecido, embora para algumas pessoas seja um ato simples, para essas mulheres significa, metaforicamente, vestir o protagonismo e a liberdade que foi roubada de seus ancestrais.

Em uma realidade em que muitas pessoas negras precisam vestir máscaras brancas (FANON, 2008) para serem aceitas, sobretudo em ambientes de prestígio, essa imagem da Nina Silva possui um significado muito forte. De acordo com Raia (2022),

> Embranquecer não somente nas feições negras, mas nos discursos, na cultura, na essência. Por isso, nos deparamos com corpos negros embranquecidos que, ao ocuparem cargos de poder ou almejarem ocupá-los, se distanciam de sua essência, de sua raiz, de sua identidade, representando e panfletando o discurso do opressor. (RAIA, 2022, p. 10)

Podemos observar a ancestralidade no fato de Nina contrariar essa 'estatística' ao ocupar um espaço de prestígio, carregando elementos identitários nas vestimentas e, sobretudo, no cabelo, ao usar tranças. Mais uma vez, o cabelo aparece como elemento político. Segundo Gomes (2006), "para o negro e a negra, o cabelo crespo carrega significados culturais, políticos e sociais importantes e específicos que os classificam e os localizam dentro de um grupo étnico/racial" (GOMES, 2006, p. 30).

De acordo com a citação da autora, podemos perceber um significado importante na atitude de Nina, ao "tornar-se negra" no sentido de evidenciar o protagonismo, ao escolher a publicação de uma fotografia em que ela aparece como o centro da imagem e passando de "objeto para sujeito" (KILOMBA, 2019), e a autonomia sinalizada por Souza (1983) ao "exercer autonomia a partir de um discurso sobre si mesma" (SOUZA, 1983, p. 45). No perfil de Nina, a pauta racial não aparece.



Figura 28 - Imagem extraída do perfil da Luana Génot[78]
Fonte: Instagram (2024)

[78] Confira o perfil no instagram de Luana Génot: https://www.instagram.com/luanagenot Acesso em 07/05/2024

Na imagem analisada acima (Figura 28), Luana Génot está na piscina do Hotel Copacabana Palace, hotel centenário tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), e o pioneiro em hotelaria de luxo no país. O hotel é famoso por hospedar grandes nomes internacionais, como Michael Jackson, Madonna, Ella Fitzgerald e a atriz francesa Brigitte Bardot. O cenário remete ao prestígio justamente por ser um ambiente inacessível à maior parte da população brasileira, principalmente à população negra, mas também é passível de inspiração. De acordo com uma entrevista no site da Fundação Tide Setubal[79], instituição que visa fomentar iniciativas que promovam a justiça social e o desenvolvimento sustentável de periferias urbanas e contribuam para o enfrentamento das desigualdades, em entrevista a uma jovem médica negra, Júlia Rocha, ela relatou que: "Quando a gente vê uma pessoa negra ocupando um espaço de prestígio social, mil possibilidades se abrem na nossa cabeça" (ROCHA, 2019).

A possibilidade de se autonarrar ocupando espaços de prestígio pode ser usada como uma ferramenta de combate ao racismo, já que, assim como o caso de Nina, contraria a lógica colonial de que esses espaços são permitidos somente para os brancos, ao passo que mostra para outras mulheres negras que é um caminho possível.

Analisando o perfil de Luana, nota-se uma tensão, uma vez que a publicitária fala abertamente sobre a pauta racial, porém, com a intenção de levar o público a comprar produtos do Instituto Identidades do Brasil – ID_BR, como o curso de Letramento Racial, entre outros. Nota-se que a pauta racial é usada como commodity, com lógica capitalista, e pode denotar uma afroconveniência, ou seja, quando a pauta racial é convenientemente vantajosa para quem o aborda. Isso acontece porque mudanças ideológicas acompanharam as recentes transformações do capitalismo, entre as quais podemos incluir os debates de raça e gênero. De acordo com Fraser (2009):

> O capitalismo se refaz periodicamente em momentos de ruptura histórica, em parte recuperando as tendências de crítica dirigidas contra ele. Em tais momentos, elementos de crítica anticapitalista são ressignificados para legitimar uma forma nova e emergente de capitalismo. (FRASER, 2009, p. 24)

[79] Confira a entrevista em: https://fundacaotidesetubal.org.br/quando-a-gente-ve-uma-pessoa-negra-ocupando-um-cargo-de-pr estigio-social-mil-possibilidades-se-abrem-na-nossa-cabeca-fundacao-tide-setubal-entrevista-julia-rocha/ Acesso em 23/10/2024

Podemos compreender, a partir da citação da autora, uma problematização sobre o objetivo da pauta racial. É preciso salientar: até que ponto a pauta racial nesse sentido visa a geração de riqueza? Até que ponto ele visa a transformação social e a luta antirracista? A comoditização da negritude é vantajosa para quem? Evidencia-se uma contradição no objetivo da abordagem racial.

Mais uma vez, o cabelo aparece como representação da ancestralidade através das tranças, e Berth (2018) traz essa questão:

> Parece-me então, muito coerente os discursos e narrativas de enfrentamento do racismo vigente que exaltam os cabelos como elementos de orgulho racial, pois amá-lo significa cuspir de volta na boca do sistema racista todas as ofensas, rejeições, exclusões que nos são direcionadas ao longo de toda uma vida (BERTH, 2018, p. 95).

É importante que esse discurso imagético de mulher bem-sucedida, que ama e orgulha-se de seus cabelos afros, alcance meninas e jovens mulheres negras que possuem carência de referências positivas nos espaços sociais, uma vez que:

> Desde o período colonial, as mulheres negras têm sido prisioneiras dos estereótipos construídos pelo gênero dominante. Historiadores, romancistas, poetas, retrataram-nas ora como trabalhadoras adequadas a serviços desumanizantes, ora como personagens lascivas e promíscuas. Em contraste com a mulher branca, exaltada como santa e musa, a bestialização da "mãe-preta" e a exacerbação da sexualidade da "mulata" são imagens fartamente exploradas nas representações sociais. (CARNEIRO, 2007, p. 15)



Figura 29 - Imagem extraída do perfil da Samantha Almeida[80]
Fonte: Instagram (2024)

Na imagem analisada, Samantha parece estar em um hotel de luxo e o texto que acompanha a imagem evidencia que ela está em Paris, na França, cuja cidade "representa a alta costura, é a sede de dois dos maiores conglomerados de luxo do mundo e a sua semana de moda é a que obtém maior destaque na mídia durante o ano." (NUNES, 2009, p. 40) e que por isso, "é a cidade que merece o posto de capital do luxo mundial, é lá o berço do luxo tal qual conhecemos atualmente, qualquer movimento do mercado de luxo em Paris, reflete no resto do mundo." (NUNES, 2009, p. 41).

O cenário parece ser um ambiente luxuoso devido aos elementos que compõem o ambiente, como o modelo de porta almofadada, uma vez que, para ser almofadada, precisa ser de madeira maciça, que, no Brasil, é mais cara do que outros materiais, devido à qualidade e resistência, já que ela é caracterizada[81] por ser retirada sólida da natureza, com recorte dos troncos das árvores. Além disso, é possível perceber o *boiserie* nas portas, que, de acordo, com site especializado em decoração de interiores[82]:

> Boiserie é um tipo de moldura de parede pensada para dar um charme especial na decoração. Muito utilizada pela realeza na França por volta do século XVIII é sinônimo de sofisticação.

[80] Confira o perfil do Instagram de Samantha Almeida: https://www.instagram.com/sahalmeid/ Acesso em 07/05/2024
[81] Confira a matéria sobre a madeira: https://finger.ind.br/blog/madeira-macica/ Acesso em 24/10/2024
[82] Confira matéria: https://www.westwing.com.br/guiar/boiserie/ Acesso em 24/10/2024

> A palavra “boiserie” vem do francês “bois”, que significa madeira. Na época em que surgiu, a decoração era um símbolo de status e riqueza, já que apenas a nobreza e a alta burguesia tinham condições de investir nesse tipo de decoração. (Westwing)

Além disso, o modelo da cama, com cabeceira acolchoada e as sancas no teto, um método de modelagem usado como um forro alternativo de gesso, como aspecto decorativo, remete a um modelo de decoração francês conhecido como provençal. Esse conjunto de elementos representa a forma como o poder aparece na foto.

As roupas que Samantha utiliza são de tecidos nobres, como a seda, que, como mencionado no início deste capítulo, simboliza o luxo e o glamour, além de acessórios dourados e chamativos. O cabelo aparece trançado, mas, diferente das análises anteriores, é um modelo relativamente novo, conhecido como Gypsy Braids, penteado que consiste em um estilo de trança afro bem fina com pontas texturizadas, que, no caso da foto, está lisa, o que apresenta uma tensão, já que, para transmitir poder, ela usa uma característica fenotípica branca. Para além disso, as tranças, embora não tão evidentes, são uma forma de representar a negritude, uma vez que, segundo Gomes (2006):

> No regime escravista, a “lida” do escravo implicava trabalhos forçados no peito, na casa-grande, na mineração. Implicava, também, a violência e os açoites impingidos sobre o corpo negro. Entre as muitas formas de violência impostas ao escravo e à escrava estava a raspagem do cabelo. Para o africano escravizado esse ato tinha significado singular. Ele correspondia a uma mutilação, uma vez que o cabelo, para muitas etnias africanas, era considerado uma marca de identidade e dignidade. Esse significado social do cabelo do negro atravessou o tempo, adquiriu novos contornos e continua com muita força entre os negros e as negras da atualidade. (GOMES, 2006, p. 30)

Nesse sentido, utilizar a trança, simbolicamente, é reivindicar a sua própria narrativa e confrontar a imposição hegemônica, principalmente em um espaço que não é acessível à grande parte da população brasileira (hotel de luxo em Paris). Para além disso, a imagem de uma executiva negra com esse tipo de penteado também pode ser vista como um ato político. As ideias de Mesquita, Teixeira e Silva (2020) assemelham-se à de Gomes (2006) em:

> Conforme dito na seção anterior, o cabelo afro, especialmente o black, foi significado como símbolo de resistência à branquitude e opressão

> racista e, portanto, contrário ao modelo estético idealizado para um ambiente empresarial. Corpos que não apresentam o padrão eurocêntrico tendem a ser estigmatizados e excluídos dos ambientes organizacionais (MESQUITA, TEIXEIRA e SILVA, 2020, p. 235)

Desse modo, ao ocupar esse tipo de espaço com a sua pele negra e os cabelos trançados, Samantha, além de ajudar a ressignificar a representação de mulher negra como feia, inferior e em posição de subserviência, desidentifica o sujeito negro e o reiventa, que, segundo Melo e Moita Lopes (2015):

> Compreendemos, embasados em Muñoz (1999), que é preciso desidentificar os sujeitos sociais negros de Discursos que inferiorizem esta materialidade específica, reinventando-a e incluindo negras/os em todos os contextos. Para tal, torna-se necessário reinventar Discursos outros e performances identitárias outras para tais atores sociais. (MELO e MOITA LOPES, 2015, p. 59)

Nesse sentido, Samantha, assim com as outras mulheres analisadas, transformam o "tornar-se negra" em sinônimo de empoderamento, liberdade e autonomia ao reivindicar a caneta e autonarrar a sua própria trajetória.

Considerações finais

O debate aqui apresentado abordou o universo da militância, resistência e ativismo político de mulheres negras contemporâneas que, a partir de suas ações, nutrem, (re)formulam e (re)ssignificam uma representação negra.

O Instagram constitui-se como uma ferramenta que possibilita o debate e a transformação enquanto sociedade e, sobretudo, possibilita a autonarrativa por pessoas que foram historicamente silenciadas, rompendo com séculos de violência. Essa autonarrativa oportuniza o deslocamento da mulher negra de *objeto* para *sujeito* de sua própria narrativa (KILOMBA, 2019), a partir do momento que o discurso sobre sua trajetória deixa de ser contado pelo viés do outro (branquitude). Segundo Melo e Moita Lopes (2015): "o discurso é primordial na (re)invenção de nós mesmos e dos outros" (MELO e MOITA LOPES, 2015, p. 56).

Portanto para (re)inventar, (re)ssignificar e (re)construir a representação de mulheres negras, historicamente violada, subjugada e depreciada, essas mulheres utilizam o discurso imagético como estratégia de resistência para, de algum modo, fazer a diferença. É importante salientar que essas estratégias sozinhas não são suficientes para derrubar todo um sistema racista e capitalista, que é resultante de séculos de desenvolvimento, mas é relevante para provocar algum movimento social, já que permite que essas mulheres possam ser vistas ocupando lugares que não sejam somente no que, por faltas de oportunidades, foram pré-determinados a elas, como a favela, baile funk, cargos de subserviência, entre outros. Vale ressaltar que o movimento realizado por essas mulheres analisadas possui passos históricos. De acordo com Filho (2009):

> (No período colonial) As mulheres pobres demonstravam-se extremamente habilidosas. Ágeis, versáteis, econômicas, políticas, as libertas foram, no contexto da cidade, exemplares significativos dos que souberam driblar os obstáculos e desafios das ruas. Em muitas atividades elas acabaram delineando em grande parte o perfil do pequeno comércio urbano, produziram alternativas ocupacionais nos mais variados tipos de serviços domésticos e colocaram no mundo pretinhos e mulatinhos livres, novos personagens da complicada trama do escravismo urbano. (FILHO, 2009, p. 240)

Para além disso,

> Apenas para citar algumas das muitas atuações de resistências realizadas por mulheres negras, temos as fugas, os motins, o infanticídio, as revoltas empreendidas, a formação em grupos coletivos – territórios religiosos – como as irmandades negras, casas de candomblé e etc. Para exemplificar dois importantes expoentes de tais atuações, temos: a Revolta dos Malês em 1837, realizada na cidade do Salvador e a intensa participação na formação e manutenção dos quilombos, em especial o Quilombo de Palmares, no século XVII, na Serra da Barriga, na então capital de Pernambuco, atual Alagoas, o qual se constituiu como um dos mais representativos espaços da luta negra empreendida no contexto escravocrata em território brasileiro. (BISPO, 2011, p. 84).

A imagem extremamente caricatural e estereotipada da mulher negra como passiva e subserviente já foi refutada por González (2020) ao afirmar que:

> A mãe-preta também desenvolveu as suas formas de resistências cuja importância foi fundamental na formação dos valores e das crenças no nosso povo. Conscientemente ou não, ela passou para o brasileiro branco as categorias das culturas negro-africanas de que era representante. Foi por aí que ela africanizou o português falado no Brasil (transformou o português') e, consequentemente, a cultura brasileira. (GONZÁLEZ apud BAIRROS, 2000, p. 54)

Essa forma de resistência e (re)invenção, a partir do movimento "tornar-se negra" nas redes sociais, de valorização e exaltação da imagem da mulher negra, pode ser entendida como empoderamento, segundo Joice Berth (2018), uma vez que a pensadora o entende como "a aliança entre conscientizar-se criticamente e transformar na prática, algo contestador e revolucionário na sua essência" (BERTH, 2018, p. 13). As ideias de Santos (2020) aproximam-se às de Berth (2018) ao constatar que "por esse viés, é possível observar que, ao longo da história, mulheres negras fizeram do empoderamento uma estratégia constante de movimentação social para a comunidade" (SANTOS, 2020, p. 1).

Para além disso, ao tornar visíveis as subjetividades que as constituem enquanto sujeitas, uma vez que são diversos caminhos, complexidades, contradições, encontros e desencontros, a autonarrativa dessas mulheres é uma prática de si que permite a elas se relacionarem com sua própria essência e refletirem sobre as verdades que as conduzem em um processo de subjetivação. Embora exista uma criação estratégica de um discurso imagético associado à riqueza, luxo e status, essas autonarrativas de mulheres negras no Instagram evidenciam não apenas a proliferação de histórias de vida de sujeitos afrodescendentes no contemporâneo, mas mostram que esses sujeitos vêm construindo

formas de se relacionar consigo e com os outros – distintas daquelas apontadas por Souza no início da década de 1980.

Desse modo, apesar de todas as contradições, tensões e obstáculos que é ser mulher negra no contexto brasileiro em 2024, com visibilidade e notoriedade nas mídias sociais, **tornar-se negra é um movimento que elas constroem imageticamente através de performances no Instagram.**

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Silvio. **Racismo Estrutural.** Juiz de Fora: Editora Pólen Livros, 2019.

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil.** Brasil: SENAC SP, 2000 ARAÚJO, Joel Zito. A negação do Brasil: O negro na Telenovela Brasileira. Rio de Janeiro: Senac, 2000.

ARAÚJO, Marli Gomes; MARCICANO, João Paulo Pereira; HELD, Maria Silva Barros de. **A obra de Jean-Baptiste Debret como fonte histórica para os estudos dos trajes usados no Brasil no início do século XIX**. 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rieb/a/zHHQ3CPyWgnCSLMFNbpbLDK/?format=pdf&lang=pt

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MINAS GERAIS. **Mulheres negras reivindicam presença em espaços de poder.** 2023. Disponível em: https://www.almg.gov.br/comunicacao/noticias/arquivos/Mulheres-negras-reivindicam-presenca-em-espacos-de-poder/

BARBOSA, Cibele. **Imagens afro-atlânticas: usos e circuitos transnacionais da fotografia de populações negras nos tempos do colonialismo.** 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1590/TEM-1980-542X2021v2703

BARQUERO, Rute. **Empoderamento: instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual.** Revista Debates (UFGRS), Porto Alegre, v. 6, n. 1, p. 173-187. 2012.

BAUER, M. W. et.al. **Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões.** In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes. 2002.

BERTH, Joice. **Empoderamento.** Juiz de Fora, Editora Pólen Livros, 2019.

BENTO, Cida. **O pacto da branquitude.** São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2022.

BISPO, Vilma Neres. **Trajetórias e olhares não convexos das (foto) escre(vivências): condições de atuação e de auto(representação) de fotógrafas negras e de fotógrafos negros contemporâneos.** Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/BRCRIS_11b7a0d805905d8cdd0c331a8bd2e0d0

BISPO, Silvana. **Feminismos em debate: reflexões sobre a organização do movimento de mulheres negras em Salvador (1978 - 1997).** 2011. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/6302/1/DISSERTA%c3%87%c3%83O%20final.pdf

CNN Brasil. **Negros e pardos em universidades federais passam de 41% para 52% em dez anos.** 2022. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/negros-e-pardos-em-universidades-federais-passam-de-41-para-52-em-dez-anos/

CASADEI, Elisa B. **A Inserção das Mulheres no Jornalismo e a Imprensa Alternativa: primeiras experiências do final do século XIX.** 2012. Revista Alterjor, 3(1), 1-10. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88218

CARVALHO, Priscila Rezende. **A cultura de consumo nos blogs de moda: representações, participação e vínculos.** Universidade de São Paulo (USP), 2014. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-20022015-184006/publico/CARVALHOPR2015.pdf

DE OLIVEIRA, W. F. **Correio Negro? a emancipação da mulher negra nas linhas do jornalismo**. Revista Panorama - Revista de Comunicação Social, Goiânia, Brasil, v. 7, n. 1, p. 25–28, 2017. DOI: 10.18224/pan.v7i1.5647. Disponível em: https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/5647

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas.** São Paulo: Ubu Editora, 2020.

FILHO, João Freire. **Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias.** 2004, Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1120/1061

GUILLEN, Isabel Cristina Martins. **Ancestralidade e oralidade nos movimentos negros de Pernambuco.** Revista Africa[s], v. 3 n. 6 (2016). 2016. Disponível em: https://www.revistas.uneb.br/index.php/africas/article/view/4053

GOMES, Nilma Lino. **Sem perder a raiz - Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** Autêntica, 2006.

GONZÁLES, Lélia. **Por um feminismo Afro-Latino Americano.** São Paulo, Editora Zahar. 2020.

GRIJÓ, W. P; SOUSA, A. H. F. **O negro na telenovela brasileira: a atualidade das representações.** Estudos em Comunicação, n. 11, 2012. Disponível em: https://www.ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-09.pdf

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

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

HAMEMULLER, Amanda Farias. **A cor na televisão: uma análise da representatividade racial entre os repórteres e apresentadores da Rede Globo e o papel televisivo na construção da identidade negra.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul., 2018.

IANNI, Octavio. **Raças e classes sociais no Brasil.** São Paulo: Editora Brasiliense, 3º Ed, 1987, 1ª reimpressão, 2004.

MAALOULI HAJLI, Julia; BOTELHO, Delane. **Esperança, percepção de risco e intenção de compra no mercado de luxo.** Revista de Administração da Unimep, vol. 14, núm. 3, septiembre-diciembre, 2016, pp. 142-164 Universidade Metodista de Piracicaba São Paulo, Brasil.

MACHADO, Adilbênia Freire. **Ancestralidade e encantamento como inspirações formativas: filosofia africana mediando a história e cultura africana e afro-brasileira**. Universidade Federal da Bahia, 2014. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/handle/ri/16155

MUNANGA, Kabengele. **Negritude: Usos e sentidos.** São Paulo. Editora Autêntica, 2019.

MENDONÇA, Sandro. **Rota da Seda**. 2016. Disponível em: https://janusonline.pt/images/anuario2015/3.12_SandroMendonca_RotaSeda.pdf Acesso em 03/11/2024

OLIVEIRA, Aryanne Pereira de Oliveira e; MATTOS, Amana Rocha. **Identidades em transição: Narrativas de mulheres negras sobre cabelos, técnicas de embranquecimento e racismo.** Estud. pesqui. psicol., Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 445-463, ago. 2019. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812019000200007&lng=pt&nrm=iso>

PEREIRA, Jônatas de Sousa Silva. **A Auto Representação Negra No Cinema Brasileiro Contemporâneo.** 2020. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2022/resumo/042620220900466267deee1802a.pdf

UOL. **A ciência justifica preconceitos?** Dezembro de 2020. Disponível em: https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2022/12/12/a-ciencia-justifica-preconceitos-entenda-o-que-e-o-racismo-

cientifico.htm#:~:text=O%20racismo%20cient%C3%ADfico%2C%20esclarece%20Let%C3%ADcia,certa%20em%20subjugar%20popula%C3%A7%C3%B5es%20dominadas.

Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos. **Políticas afirmativas ampliam presença de pessoas negras em postos de decisão do Governo Federal.** 2024. Disponível em: https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/noticias/2024/marco/politicas-afirmativas-ampliam-presenca-de-pessoas-negras-em-postos-de-decisao-do-governo-federal

MOURA, Amanda dos Santos. **Representação da mulher negra nas capas da versão brasileira da revista Glamour: discurso, imagem e construção de sentidos.** Revista Digital do Programa de Pós-Graduação em Letras da PUCRS, 2022. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/letronica/article/view/39806/27358

NUNES, William Ricardo Barbieri. **O mercado de bens de luxo.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/49151

PÔRTO, Ângela. **O sistema de saúde do escravo no Brasil do século XIX: doenças, instituições e práticas terapêuticas.** 2006. Disponível em: https://www.scielo.br/j/hcsm/a/GkKtTp4QKvCrNJnpmzD4H9K/?format=pdf&lang=pt

RODRIGUES, Luciana. **Negra de pele clara: embranquecimento e afirmação da negritude no Brasil.** Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 30, n. 2, e74733, 2022., Disponível em: https://www.scielo.br/j/ref/a/nRQkM4Vs7WSVX4TF6tdxhBt/?format=pdf&lang=pt

SANTOS, Maíra Paiva. **“Para entender o empoderamento”.** Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 28, n. 1, e65241, 2020

SOARES, Cecília Elisabeth Barbosa e VELOZO, Olga Carolina Pontes Bon. **Modas, calos e cetins: os sapatos como símbolos.** Rio de Janeiro: ESPM-Rio. Diálogo com a Economia Criativa, v. 5, n. 13, p. 104-123, jan./abr., 2020.

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1999.

SOUZA, Mário Luiz. **Categoria racismo como instrumento epistemológico e político para o entendimento da situação da população negra na sociedade brasileira.** II CONINTER - II Congresso Internacional Interdisciplinar em Ciências Sociais e Humanas., 2013, Belo Horizonte. CD-II Congresso Internacional Interdisciplinar em Ciências Sociais e Humanas., 2013. Disponível em: https://abpnrevista.org.br/site/article/view/175/171

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se negro.** São Paulo, 1983. Reeditado pela Editora Zahar em 2021.

SOUZA, Pietra Silva de. **A relação entre mídias sociais e a construção da autoimagem corporal em mulheres.** 2022. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/aae4f3cd-7962-4625-ad4b-b57578014f73

SILVA, Tarcízio. **Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais.** 2022. Disponível em: https://assets.pubpub.org/7bm06qr3/61661883837114.pdf

STREHLAU, Suzane. **O luxo falsificado e suas formas de consumo**. Ed. Fundação Getúlio Vargas. São Paulo. 2004.

TASCHNER, Gisela Black **Lazer, Cultura e Consumo.** Revista de Administração de Empresas, S. Paulo, v. 40, n. 4, p. 38-47 out-dez 2000.

TORQUATO, Chalini. **Minorias, lugar de fala e direito à comunicação na mídia: entre o ativismo pela cidadania e a mercadorização de pautas sociais.** In: Texto, v. 52, p. e-104996, 2021. https:// seer.ufrgs.br/intexto/article/view/104996.

TODXS. **Mapa da representatividade na publicidade brasileira.** Realização: ONU Mulheres e Aliança Sem Estereótipos, 2015.

TRACE. **Apenas 3% de mulheres negras estão na liderança das empresas brasileiras.** 2023. Disponível em: https://br.trace.tv/noticias/apenas-3-de-mulheres-negras-estao-na-lideranca-das-empresas-brasileiras/

TRINDADE, Luiz Valério P. **It Is Not That Funny: Critical Analysis of Racial Ideologies Embedded in Racialized Humour Discourses on Social Media in Brazil.** Tese de doutorado. University of Southampton, UK, 2018.

VIALLI, Andrea. **Revista Valor Econômico.** São Paulo, 2019. Disponível em: https://valor.globo.com/brasil/noticia/2019/06/28/jovens-negros-ganham-voz-a-partir-de-midias-sociais.ghtml

WESCHENFELDER, Viviane Inês e Elí Terezinha HENN FABRIS. **Tornar-se mulher negra: escrita de si em um espaço interseccional**, São Leopoldo, 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ref/a/V5GmfZLb5mKJRZCfKdcvhVL/?format=pdf&lang=pt

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais, p. 7-72. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

Wikipedia. **Telenovelas da década 2000.** Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Telenovelas_da_d%C3%A9cada_de_2000