

PROTAGONISTAS DE SI: REPRESENTATIVIDADE E INTELLECTUALIDADE NEGRA NO *YOUTUBE*

Gisele Moreira Santos ¹

Resumo: O presente artigo busca debater o lugar dos *youtubers* negros no Brasil e de que forma estes legitimam a intelectualidade negra dentro de um espaço onde a intelectualidade branca é preterida. Para tanto, são analisados aqui quem são os maiores *youtubers* brasileiros, do que eles tratam e quais são as intelectualidades preconizadas dentro deste espaço, para então expor hipóteses que caracterizariam a falta de destaque do intelectual negro dentro do *YouTube*, e a presença do racismo de forma velada. Em contrapartida, também serão apresentados aqui quais são as iniciativas de resistência destes intelectuais negros, que buscam espaço para legitimar seu trabalho na busca de um diálogo plural entre as culturas que habitam o espaço digital. Para tanto, serão discutidas as ideias de bell hooks (1995), Cornell West (1999), Nilma Lino Gomes (2010) e Eduardo Prado Coelho (2004).

Palavras-Chave: Intelectualidade negra. YouTube. Influenciador digital. Representatividade

SELF PROTAGONISTS: BLACK REPRESENTATIVENESS AND INTELLECTUALITY ON *YOUTUBE*

Abstract: This article aims to discuss the place of the black *youtubers* in Brazil and how they legitimize the black Intellectuality within a space where the white intellectuality is preferred. Therefore, are analyzed here who are the greatest Brazilian youtubers as well as what they treat. To then expose hypotheses that

¹ Mestranda do Programa de Pós Graduação em Literatura e Cultura da Universidade Federal da Bahia – UFBA. Endereço eletrônico: gisele_jac@hotmail.com.

would characterize the lack of prominence of the black intellectual within YouTube, and the presence of racism in a veiled way. On the other hand, it will also be presented in this work what are the initiatives of resistance of these black intellectuals who seek space to legitimize their work in the search for a plural dialogue between the cultures that inhabit the digital space. The ideas of bell hooks (1995), Cornell West (1999) and Nilma Lino Gomes (2010) and Eduardo Prado Coelho (2004) will be brought into discussion.

Keywords: Black intellectuality. YouTube. Digital influencer. Representativeness.

Introdução

O presente artigo pretende discutir a representatividade negra no *YouTube* assim como as formas de conhecimento que estão sendo produzidas pelos *youtubers* negros, considerados aqui como uma forma de intelectualidade, sua visibilidade e o que faz com que o espaço digital ainda pareça ser dominado pela voz do branco. Será importante ressaltar que o espaço digital segue sempre se metamorfoseando diante dos nossos olhos, o que aponta para as iniciativas de voz ao povo negro que serão aqui apontadas como iniciativas de resistência.

O *YouTube* vem se tornando um dos maiores meios de comunicação e difusão de massa ao qual temos acesso, dentro dele pessoas de várias partes do mundo compartilham suas experiências, habilidades e conhecimentos de forma direta e prática, pois o acesso pode ser feito em qualquer lugar que obtenha conexão com a internet e de diversos aparelhos portáteis a qualquer momento do dia. O *YouTube*, não apenas funciona como um *player* de vídeo, mas como um agregador da cultura popular, dentro dele encontramos tipos de vídeos variados e de todas as partes do mundo. O este é

mais global e mais interativo do que qualquer mídia tradicional já nos apresentada até agora. Eco Moliterno (2017) no blog *Think with Google* discorre sobre o sucesso do *YouTube* e sobre seu papel dentro da cultura popular:

Ao contrário do que muita gente (ainda) pensa, o *YouTube* não é apenas um player de vídeos. Ele nasceu assim mas, ao longo desses quase 12 anos de vida, foi se transformando em algo muito mais abrangente. Hoje ele é a maior "central de cultura popular" que existe. (MOLITERNO, 2017)

Portanto, o *YouTube* caracteriza um espaço propício para que projetos que envolvam uma interação e alcance significativo de público e de gêneros distintos, existem profissões, produções e toda uma logística de mercado por trás de alguém que monta um canal e se dispõe a ser um *Youtuber* e se tiver sucesso em sua empreitada pode ousar se auto intitular um *digital influencer*.

Um *digital influencer* ou *influenciador digital* é aquele que influencia outras pessoas pelos meios digitais, difundindo suas ideias e modo de vida, atingindo um grande público que de uma forma ou de outra ecoa as ideias desse influenciador no seu cotidiano. Esse efeito é o que mais se aproxima do que Coelho (2004) propõe em seu texto *As Novas Configurações da Função do Intelectual* ao tratar do lugar do intelectual na contemporaneidade, o autor propõe o uso das novas tecnologias como um meio de atualizar a função deste e fazer com que sua atividade dialogue em espaços não legitimados como exposto a seguir:

[...] as novas tecnologias em particular na criação de sites e no desenvolvimento desse fenômeno novo, porventura efêmero, que são blogs [e porque não acrescentar os *vlogs* presentes no YouTube]. Há aqui novas formas de legitimação intelectual que permitem um outro uso da fala, mais desimpedida e menos responsável. (COELHO, 2004, p. 22)

Coelho (2004) também aponta para o que chama de “os novos espaços de circulação do discurso” (p. 22), locais esses que os intelectuais devem transitar na busca de exercer seus objetivos como tal. Seria o *YouTube* um desses novos locais? Ao meu ver sim, os influenciadores digitais, assim como os intelectuais, buscam se afastar das mídias tradicionais, nesse âmbito o *youtuber* quer transmitir sua mensagem de forma alternativa e personalizada com o âmbito de aumentar seu público com algo que possa dar a sensação e ineditismo e autenticidade. Mesmo que essas novas demandas do intelectual, como afirma Coelho (2004), “pareçam inaceitáveis para os intelectuais de formação tradicional” (p. 22). Dentro de uma sociedade extremamente midiática como a que vivemos, se faz profícua a discussão do lugar do intelectual e os meios que este pode influenciar e difundir suas ideias, assim como, no caso do *YouTube*, quem está movimentando conteúdo, para assim deduzir quais são os interesses que estão sendo priorizados dentro desse novo fazer intelectual. Para tanto é importante debater quem são os maiores influenciadores do Brasil e quem eles representam.

Os maiores *youtubers* brasileiros e o que nos dizem

Na busca do encontro entre os termos influenciadores digitais e intelectuais é importante traçar uma linha muito tênue entre o que pode ser considerado um trabalho intelectual e o que não pode ser visto dessa forma, depende muito do conceito pessoal o qual é atribuído ao termo. O que busco nesse artigo é demonstrar que as potencialidades de um intelectual digital podem partir de motivações plurais, que interessam e atraem uma coletividade, assim, o ser protagonista de si pode ser ao mesmo tempo uma iniciativa individual e coletiva. A figura a seguir indica um ranking dos dez maiores canais do *YouTube* no Brasil segundo número de inscritos, ou seja, de público que se interessa pelo conteúdo do mesmo, com dados do dia 02 de março de 2018 obtidos por Fernanda Beling (2018). A partir de suas informações podemos inferir quem são as pessoas que estão influenciando com mais efetividade e quais são os interesses do público brasileiro dentro deste site.

Canais no Youtube com maior número de inscritos no Brasil

Nome do canal	Inscritos	Total de Visualizações
Canal KondZilla	28,594,910	14,012,928,284
whinderssonnunes	27,426,997	2,227,072,424
Felipe Neto	19,500,076	2,929,286,557
CanalCanalha	15,821,041	1,065,465,998
rezendeevil	15,494,736	5,601,256,159
Porta dos Fundos	14,013,640	3,779,627,596
AuthenticGames	12,931,119	5,332,638,661
GR6 EXPLODE	12,052,196	5,407,312,264
5incominutos	11,092,374	918,981,188
Canal Nostalgia	10,709,172	837,309,866

Imagem 1

Fonte: (BELING, 2018)

Da imagem acima as informações que usaremos serão aquelas que pertencem a canais onde temos um *youtuber* como protagonista, para tanto as informações referentes ao canal *Porta dos Fundos* que trabalha com esquetes humorísticos, e os canais *Canal Kondzilla*, no topo do ranking, e *GR6 Explode* não serão relevantes para esta discussão já que ambos são canais que lançam clipes de música de artistas de diversos estilos.

A partir dos nomes citados acima se observa que apenas um desses canais é protagonizado por um negro, no caso o *AuthenticGames* comandado pelo mineiro Marco Tulio onde este posta vídeos majoritariamente sobre vídeo games. Dentre os dez canais citados, me pergunto, onde estaria a voz da comunidade negra dentro do *YouTube*? Quais são as intelectualidades preteridas dentro deste recorte? E porque essa falta de destaque dentro de um local que se diz inclusivo e aberto a todo o tipo de conhecimento como a internet?

A presença de Marco Tulio nesse ranking é intrigante, resolvi apontar a presença dele como o único negro nessa lista, mesmo sem saber se ele mesmo assume esse lugar, pois dentro desse contexto se pode questionar uma das formas de mascarar o racismo da sociedade; “a presença do único negro” Essa é uma das “justificativas” para a falta de representatividade, não só no *YouTube*, mas geralmente acontece; por exemplo, se questionados podem dizer: “Claro que os negros estão em destaque no youtube, o *AuthenticGames* está lá.” O perigo do efeito da presença única é evidente, semelhante ao mito da “América pós-racial” onde a eleição de Barack Obama teria exterminado o problema do racismo nos EUA, esta generaliza toda uma cultura dentro da visão de um, dá a impressão de que a pauta da representatividade está esgotada e os problemas do reflexo do racismo estrutural no *YouTube* estão resolvidos. Nesse ponto não há construção de intelectualidade já que não há ideias que convirjam na busca de um espaço diversificado para que todos

possam discutir suas pautas e construir conteúdo que seja relevante para diferentes públicos.

Em 2017 a seguinte imagem foi muito comentada pelos usuários das redes sociais, a imagem teve repercussões inúmeras e no meio dos *chats* que a incluía levantou vários tipos de questionamentos em torno de um país de maioria negra onde seus principais influenciadores seguiam sendo brancos:

Imagem II



Fonte: (ID, 2017)

A imagem retrata mais um ponto da desigualdade racial dentro do *YouTube*, trazendo os *digital influencers* de mais destaque no período e o questionamento “porque nenhum deles é negro?” É importante compreendermos que a internet retrata uma extensão virtual da sociedade em que vivemos, portanto deflagra dentro dela os mesmos questionamentos e nesse caso, preconceitos que presenciamos fora da rede. Portanto, os *youtubers* negros tem menos alcance no *youtube* não porque não estejam participando, ou porque seus vídeos ou conteúdos sejam menos interessantes, mas porque o racismo estrutural da sociedade brasileira não permite que a imagem do negro possa ser desassociada do preconceito, da pobreza e da marginalidade.

O olhar do público para o *youtuber* negro é, primeiramente, carregado de estereótipos e preconceitos sobre o povo negro e a capacidade intelectual do mesmo, pois a imagem estereotipada do intelectual negro é daquele que vai estar sempre problematizando sobre sua situação desfavorecida, apontando o racismo e questões afins. O que não se pode deixar de lado é que a internet é um espaço aberto, muitas vezes utilizado como um local onde a mídia alternativa encontra caminho para divulgar suas pautas, mas também é um espaço de grande potencial de entretenimento e difusão de conhecimentos e que existem intelectuais que podem sim ser engajados nas pautas contra o racismo, já que é algo que os atravessa, mas que isso não o priva de se dedicar a outros assuntos, como afirma Gomes (2010):

São também sujeitos que não estão obrigados a somente produzir conhecimento sobre o negro, mas dentro de qualquer campo do conhecimento onde estiverem, indagam a sociedade, a universidade e a ciência do espaço/tempo racializado e até em um pensamento social racializado. (GOMES, 2010, p. 502)

Nesse espaço hostil que a internet se torna, é difícil para um jovem procurar se posicionar como um intelectual de seu tempo que busca o direito de estar presente e protagonizar de forma igualitária todo e qualquer meio o qual faça parte. Portanto procura-se que a raça seja um ponto de diferenciação que agregue para a busca de um pensamento indenitário plural e não um meio de segregação de ideias diferentes. Ou seja, há espaço para que o público aprecie tanto *youtubers* brancos quanto negros, falta por parte deste apenas a vontade de desafiar os arquétipos que se instituem.

Afinal, onde estão os *youtubers* negros?

Online, com certeza! A falta de destaque em rankings como os citados anteriormente não apaga o fato que o *You-*

Tube é um agregador de conteúdo aberto para qualquer pessoa, e a comunidade negra está participando cada vez mais em busca de um espaço de destaque igualitário onde a sua intelectualidade possa ser legitimada. Ressalta-se aqui a importância da figura do intelectual negro dentro das pautas comuns a comunidade em busca de conhecimentos que não reproduzam os padrões do que é legitimado pelo público de *youtubers* brancos, mas que iniciem uma produção de conteúdo plural que possa abarcar as expectativas do público negro que busca ser representado.

A partir do momento que os *youtubers* negros reconhecem e vivem reflexos do racismo estrutural presente na sociedade se proliferando também no *youtube*, seja por parte do público ou por parte da falta de parcerias e oportunidades de crescimento dentro da plataforma, surge então um *digital influencer* que se posiciona politicamente e que busca produzir conhecimento conectando suas experiências pessoais, problematizando-as ao mesmo tempo em que busca seu espaço. Como cita Gomes (2010):

São intelectuais, mas um novo tipo de intelectual, pois produzem um conhecimento que tem como objetivo dar visibilidade a subjetividades, desigualdades, silenciamentos e omissões em relação a determinados grupos sociorraciais e suas vivências. (GOMES, 2010, p. 495)

De acordo com a afirmação da autora, podemos citar os canais *Afros e Afins* (500.844 mil inscritos²), *DePretas* (416.729 mil inscritos), e *Luci Gonçalves* (261.210 mil inscritos) que dentre outros temas tratam sobre questões raciais, neles as *influencers* Nátaly Neri, Gabi Oliveira, e Luci Gonçalves enfatizam as suas próprias vivências dentro daquilo que as atravessam. Os canais citados buscam ampliar a visão do público para um debate que represente a vivência do público

2 Quantidade referente ao número de inscritos de cada canal. Dados de acesso do dia 19 de abril de 2019.

negro que busca uma fala mais próxima da sua na qual possa se ver e se inspirar. *Influencers* que passem pelas mesmas, se não parecidas, experiências como mulheres negras que se arriscam a propor um diálogo que se configure como uma forma de ativismo.

Estas *Influencers* representam o que bell hooks (1995) endossa em seu ensaio *Intelectuais Negras*, estas constroem seus perfis de intelectuais negras incorporando as suas realidades, onde lidam com o espaço das mídias contemporâneas, dentro de um fazer individual que aponta para o coletivo; a construção da representatividade da mulher negra dentro do *YouTube*, assim como a busca pela diversidade de formas de ser uma intelectual negra. Pelas palavras de hooks: “O trabalho intelectual é uma parte necessária da luta pela libertação, fundamental para os esforços de todas as pessoas oprimidas e/ou exploradas que passaram de objeto a sujeito que descolonizaram e libertaram suas mentes.” (hooks, 1995, p. 466).

Para tanto, se faz profícuo citar aqui as estratégias de resistência ao quadro discriminatório dentro da rede. O *YouTube* Brasil, lançou em novembro de 2016 a semana “*YouTube Negro*”, onde eram lançados vídeos diários sobre diversos assuntos envolvendo *youtubers* negros e personalidades, como por exemplo, Elza Soares. No ano seguinte, na semana da consciência negra, o projeto “*YouTube Negro*” aconteceu novamente com a premissa “*Eu sou*” onde os principais *influencers* negros fizeram vídeos explicando quem eles são, o que eles propõem dentro da plataforma e quais seriam seus objetivos futuros.

Iniciativas como essa põem em foco que não há falta de produção dos negros na internet, e que há um público ávido para se sentir representado vide o grande número de inscritos nos canais e a iniciativa da própria plataforma de incentivar esse trabalho, mas talvez falte a vontade de quebrar paradigmas e estereótipos por certa parte do público e

do crescente grupo de *creators*³ que ainda não valoriza produções que questionem os arquétipos vigentes.

O caminho que está sendo construído pelos *youtubers* negros para que seus canais possam ser valorizados se assemelha ao perfil do intelectual negro em busca da legitimação no campo acadêmico, como descrito por Nilma Lino Gomes (2010) em *Intelectuais Negros e produção do Conhecimento: algumas reflexões sobre a realidade brasileira*, nesse artigo a autora discute a construção do intelectual negro e seu posicionamento político e epistemológico diante dos desafios impostos a essa função. Dentro desse viés, vale destacar o trabalho de Egnalda Côrtes, que criou uma empresa de agenciamento para impulsionar o trabalho de *youtubers* negros, a *Côrtes Assessoria e Agenciamento*. Atendidos pela empresa dela estão os principais nomes de *youtubers* negros do site, a importância do trabalho dela vai além de apoiar *youtubers* para que sejam mais bem sucedidos na nova função, ademais Egnalda está estimulando que a intelectualidade desses *influencers* possa quebrar paradigmas do uso da raça como forma de apenas pontuar desigualdades, mas pelo contrário usar esse recorte como uma potencialidade intelectual na busca de diálogos plurais. Assim como debate Gomes (2010):

Ao tematizarem a raça como construção social, cultural, histórica e política, as discutirem que a incidência do racismo sobre os negros (pretos e Pardos) não se restringe a sua ascendência africana e nem a sua cultura, mas está vinculada as interpretações que recaem sobre os sinais diacríticos inscritos no corpo negro, os intelectuais negros repolitizam a raça e ressemantizam-na. (GOMES, 2010, p. 504)

É nessa busca pela ressemantização que a relevância do trabalho de Egnalda e de seus agenciados se faz profícua,

3 Nome dado a pessoas que se dedicam a criar conteúdos para a internet.

pois cabe a essa leva de *youtubers* negros o papel de abrir espaços que futuramente possam ser igualitários. É a busca pela equidade para que as pessoas possam valorizar a intelectualidade negra como forma de protagonismo não só dentro do *YouTube*, mas utilizando da potência deste, ampliando a perspectiva do público para além da raça, provando que suas demandas são relevantes quanto às de qualquer outro *creator*, é formar uma nova leva de *influencers* aberta ao diálogo intercultural onde o mercado compreenda que há lugar para todas as intelectualidades.

Assim como Gomes (2010) os agenciados de Egnalda partem do pressuposto que “existem diferentes maneiras de ser intelectual negra e negro.” (p. 498) pois estes tratam de assuntos diversos que vão além das questões raciais, por exemplo, o Canal De Mudança (67.157 mil inscritos), da Mari Ribeiro, trata sobre os dilemas da vida adulta. O canal da bailarina Ramana Borba (947.106 mil inscritos) se dedica a ensinar coreografias das músicas que estão em alta, Tati Sacramento (657.880 mil visualizações) sobre vida saudável. O que essas figuras negras fazem no *YouTube* tem um efeito mais próximo do que Cornel West (1999) chama de “infraestrutura intelectual”. Em *O Dilema do Intelectual Negro*, Cornel West (1999) debate os principais impasses que permeiam a função intelectual para o negro, dentre elas estaria à falta de infraestrutura intelectual, ou seja, de uma tradição, de vozes negras anteriores que também buscassem o meio intelectual como ocupação para assim deixar um legado a ser seguido. No entanto, dentro do *YouTube* essa infraestrutura começa a ser construída em uma perspectiva animadora, já que suponhamos que o trabalho de alguns dos *influencers* ainda é recente e já produz bons frutos.

Considerações finais

Faz-se presente, a responsabilidade nesses *influencers* negros atuais de construir uma estrutura estável para que surjam ainda mais jovens negros, que inspirados pelos anteriores, comecem a ocupar os espaços na internet trazendo diálogos que representem a comunidade negra em diversos aspectos, tanto na problematização de problemas raciais como em assuntos corriqueiros, que independente de raça, possam ser relevantes para o público da internet.

É nesse ponto que a representatividade se mostra forte, o que os *youtubers* negros e o trabalho da agência Côrtes Assessoria estão construindo é um caminho igualitário onde mais esse espaço possa ser conquistado pela intelectualidade negra tendo sempre em mente a coragem de quem se dispõe a se dedicar ao trabalho intelectual tanto por ocupar novos espaços ainda não legitimados, quanto por enfrentar a dureza desse ofício, pois como afirma hooks (1995) “muitas vezes o trabalho intelectual leva ao confronto com duras realidades, pode nos lembrar que a dominação e a opressão continuam a moldar as vidas de todos, sobretudo das pessoas negras e mestiças.” (hooks, 1995, p. 478).

Por fim, sustento aqui que o confronto citado por hooks (1995) não deve de forma alguma repelir o trabalho intelectual que está sendo construído pelos *youtubers* negros, mas sim ressaltar a força dos que se põem nesse local que é ao mesmo tempo desconfortável e desafiador e revela a vontade destes de representarem-se como protagonistas de si e refletem esse desejo no seu público na busca por um diálogo que agregue demandas plurais que atravessam a construção da identidade do povo negro brasileiro ávido e competente o bastante para protagonizar todos os espaços os quais se propõem. Podendo ser estes virtuais ou não.

Referências

GOMES, Nilma Lino. Intelectuais Negros e produção do conhecimento: algumas reflexões sobre a realidade brasileira. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Org.). *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez Editora, 2010. Cap. 14. p. 493-515.

hooks, bell. *Intelectuais negras*. Estudos Feministas, Rio de Janeiro, v.3, n.2, p. 464-478, 1995

BELING, Fernanda. *Os 10 maiores canais do YouTube: Organizamos algumas listas com os 10 maiores canais do YouTube por diferentes perspectivas. Atualizado dia 02 de março de 2018.. 2015*. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>>. Acesso em: 2 mar. 2018.

ID, Criadores (Ed.). *Racismo no YouTube? Cartaz viraliza nas redes sociais e abre debate entre os youtubers!* 2017. Disponível em: <<http://criadoresid.com/racismo-no-youtube-cartaz-viraliza-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

ITO, Carol. *Egnalda Côrtes e a Representatividade no Youtube: A empresária, que trabalha para impulsionar a carreira de youtubers negros, dá dicas de quem não podemos deixar de assistir na rede*. 2018. Disponível em: <<https://revistatrip.uol.com.br/tpm/egnalda-cortes-da-dicas-de-youtubers-negros>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

MOLITERNO, Eco. *Qual o Segredo do Sucesso no Youtube?* 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/qual-o-segredo-do-sucesso-no-youtube/>>. Acesso em: 13 jan. 2019.

PRADO COLEHO, Eduardo. *As Novas Configurações Da Função Intelectual*. In: MARGATO, I.; GOMES, R. C. O papel do intelectual hoje. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004. P. 13-67.

WEST, Cornel. *O Dilema Do Intelectual Negro* In.: WEST, Cornel. "The dilemma of the Black Intellectual". In.: *The Cornel West: reader*. Basic Civitas Books, 1999, p. 302-315. (Tradução e notas de Braulino Pereira de Santana, Guacira Cavalcante e Marcos Aurélio Souza).

Canais citados

Para ter acesso aos canais deve-se baixar no celular um aplicativo leitor de *QR code* e aproximar a câmera do celular dos códigos abaixo.

Afros e Afins



Luci Gonçalves



DePretas



De Mudança



Tati Sacramento



Ramana Borba



[Recebido: 22 nov. 2018 — Aceito: 15 fev. 2019]