



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

Ninguém se mete com o meu cabelo: comunicação, consumo e sentidos em negociação nas narrativas de transição capilar de Rayza Nicácio¹

Dariane Lima Arantes²

Escola Superior de Propaganda e Marketing

Resumo

O presente artigo tem como objetivo investigar as formas de produção e negociação de sentidos que projetam transformações do “eu” nos territórios digitais, a partir de elementos autobiográficos na trajetória de Rayza Nicácio. Como problemática principal, buscamos refletir se a estética pode atuar como uma possibilidade de negociação de sentidos entre os que se fazem visíveis na rede. Pautamo-nos na etnografia virtual e nos diálogos com Omar Ríncon acerca das cidadanias celebrities como metodologia para analisar as publicações de Rayza em seu canal na plataforma YouTube, entre os meses de janeiro e julho de 2017. Concentramo-nos no conteúdo que abordou sua transição capilar e seu processo de conscientização enquanto mulher negra. Através destas, podemos perceber que a transição capilar surge como um marco em sua trajetória e que o relato da própria experiência faz ecoar elementos de uma memória coletiva.

Palavras-chave: comunicação; consumo; narrativas autobiográficas; mulher negra; cidadania celebrities.

Introdução

A reflexão delineada neste artigo é resultado das discussões que se desdobram da pesquisa de mestrado em desenvolvimento no Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Rose de Melo Rocha, intitulada: “Transição capilar, mídia e consumo: políticas de visibilidade em narrativas autobiográficas de mulheres negras”. Nosso objeto de investigação é refletir acerca das visibilidades midiáticas de mulheres negras, centrando o debate nas narrativas autobiográficas de transição capilar. Estas, por sua vez, estão voltadas à ideia de uma política da diferença, a partir de fluxos identitários e culturais que emergem das vivências midiáticas dessas mulheres.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, consumo e novos fluxos políticos: ativismos, cosmopolitismos práticas contra-hegemônicas, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM; Integra o grupo de pesquisa Juvenália, vinculado ao CNPQ. Bolsista Capes. E-mail: dariane_arantes@yahoo.com.br



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A formação subjetiva e identitária de um indivíduo está inscrita em seu corpo e, segundo Campelo (1997), é visível através das informações que dele fluem. Nesse ínterim, o cabelo surge enquanto elemento corpóreo marcante no que tange às experiências socializantes da mulher negra. Este, tanto coloca em questionamento o status quo classista e racista voltados à liberdade de reconhecimento de suas corporalidades, quanto pode significar o assujeitamento de mulheres negras a padrões de gosto e reconhecimento social extremamente elitistas e preconceituosos. Nesses trânsitos simbólicos da contemporaneidade, tensões socioculturais ganham visibilidade social e impacto midiático.

Gomes (2012) afirma que os processos identitários são construídos historicamente no contato com o outro, no contraste com o outro, na negociação, na troca, no embate e no diálogo, isso tudo dentro de um contexto permeado por um racismo ambíguo, por lógicas de branqueamento e pelo mito da democracia racial.

Concebendo que os territórios digitais são ambientes potenciais para a construção de debates e entendendo que a questão estética pode tomar um caráter político quando inserida em discussões como racismo e preconceito, representações e visibilidades da mulher negra, o presente artigo tem como objetivo investigar as formas de produção e negociação de sentidos, que projetam transformações do “eu” nos territórios digitais, a partir de elementos autobiográficos na trajetória de Rayza Nicácio, a youtuber³ negra brasileira com maior número de inscritos nessa plataforma de mídia.

Como problemática principal, pautamos a estética enquanto possibilidade de negociação de sentidos, partindo do entendimento que da experiência de transição capilar emergem sentidos ligados aos corpos negros que englobam estigmas e exclusões, mas também possíveis sentidos de (re)significação e (re)existência.

Buscamos compreender ainda como se mobilizam esses fragmentos autobiográficos de (re)existência na performance narrativa de Rayza, a partir de sua experiência de transição capilar,

³ O YouTube foi criado no ano de 2005, tendo como idealizadores Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim. De acordo com estatísticas oficiais divulgadas pela plataforma, mais de um bilhão de pessoas acessam, atualmente, o conteúdo do site, que acumula milhões de horas de visualizações de vídeos diariamente. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em: 15 de abril de 2018.



aprendendo-a enquanto marco em sua trajetória de vida – tendo em vista seu lugar de fala e as vozes que ecoam de sua narrativa.

A escolha da youtuber Rayza Nicácio para esta análise se justifica por ser ela uma figura midiática de destaque nas redes sociais – é a única mulher declaradamente negra a conquistar a marca de mais de 1,4 milhões de seguidores na plataforma YouTube, no Brasil. O canal de Rayza possui 521 vídeos e 93.078.930 visualizações.⁴ Seu sucesso na internet se deu com o compartilhamento de vídeos em 2009, com a temática da “aceitação dos cachos”, contando sua experiência de transição capilar. A “transição capilar” é entendida em nossa reflexão como a passagem dos cabelos quimicamente tratados para a textura natural, principalmente os cabelos cacheados e crespos. Em seus vídeos, Rayza traz relatos de sua experiência de transformação a partir da modificação de sua estética e dessa influência em seu entendimento enquanto mulher negra.

Com a intenção de investigar as potencialidades da estética como elemento de negociação de sentido da visibilidade de mulheres negras nos espaços digitais, através do exemplo de Rayza, utilizamos como aporte metodológico para nortear essa reflexão a etnografia virtual. Visto que esse método interpretativo de investigação permite uma apreensão do comportamento cultural das dinâmicas e práticas comunicacionais na internet (KOZINETS, 1997). Além disso, segundo Hine (2004), a etnografia virtual permite ver com detalhes as formas com que se experimentam os usos dessas tecnologias.

Assim, entre os meses de janeiro e julho de 2017, realizamos um levantamento das publicações efetuadas por Rayza Nicácio em seu canal na plataforma YouTube. O ponto principal para nossa observação foram os vídeos que abordaram a temática em torno da sua experiência de transição capilar, articuladas às práticas de consumo nesse ambiente digital.

No processo de levantamento de dados, foram coletados 85 vídeos, no período mencionado. Os conteúdos abordados giraram em torno de tutoriais de maquiagem e penteados para o cabelo, dicas de estilo, produtos, viagens e conselhos para as seguidoras. Dentre o material coletado, e pela adequação com o tema de análise, focamos a discussão nos consumos midiáticos presentes no vídeo intitulado

⁴ Dados consultados no canal de Rayza em 14 de abril de 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

*Ninguém se mete com o meu cabelo*⁵, publicado em 3 de julho de 2017, acumulando mais de 105 mil visualizações e 1000 comentários de seguidores.

1. A mulher negra em contextos midiáticos

As concepções de jogo e espetáculo, advindos com a modernidade e suas técnicas, constituem-se como progressos da ideia lúdica da vida, segundo Morin (2006), inserindo os sujeitos em um cenário amplo, permeado pela extensão televisionada ou teleauditiva. Assim, a dinâmica social mediada pela “transparência de uma tela, da impalpabilidade de uma imagem, uma participação por olho e por espírito nos abre ao infinito do cosmos real e das galáxias imaginárias” (MORIN, 2006, p. 71).

Essa multiplicidade do real e do imaginário nutrem as práticas comunicacionais vividas e as trocas afetivas entre os sujeitos, onde os sentidos são construídos na representação de imagens. Para Morin (2006), expressamo-nos e conhecemos o outro ao evocar o que nós projetamos. Nessa abordagem, os imaginários são também sociais, na medida que se expressam por meio de práticas concretas e “estariam associados a práticas dotadas de politicidades e/ou expressividade pública, indicando disputas por hegemonia imagética e simbólica representativa de lugares sociais” (ROCHA; SILVA; PEREIRA, 2015, p. 102).

Esta imbricação entre mídia e cultura é atravessada por práticas do consumo, que, articuladas a contextos sócio-histórico, permitem a interação entre os sujeitos e a construção de suas identidades para além do consumo restrito a bens materiais. O consumo atua como um promotor de vínculos sociais, empregando sentidos aos bens e aos indivíduos, por meio de práticas discursivas e simbólicas articuladas as práticas cotidianas.

Rocha e Castro (2009, p. 51), ao abordarem as culturas da mídia, lembram que o consumo pode ser entendido como uma forma de mediação: “ao consumirmos bens materiais e imateriais nós nos constituímos enquanto indivíduos e negociamos nossos próprios significados nos jogos comunicativos entre o coletivo e o individual, o global e o local”. As práticas de consumo são, assim, atreladas às dinâmicas sociais, culturais e econômicas que as circundam.

⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/results?search_query=nnguem+mexe+com+o+meu+cabelo+rayza+nicacio



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A hibridação entre mídia e consumo pode ser evidenciada na economia do entretenimento, onde, segundo Rocha e Castro (2009, p. 51), “formas de espetáculo são incorporadas aos negócios”. Nesta associação entre cultura do espetáculo e a estetização do cotidiano, as autoras afirmam que “as dinâmicas de visibilização incessante configuram verdadeiras arenas de disputa pela conquista de atestados de existência midiáticos. Nessas arenas do visível homens e mulheres buscam, a todo custo, manter-se em cena” (Ibidem, p. 52).

As dinâmicas de visualidade, com fronteiras cada vez menos demarcadas, aludem à maneira como construímos nossa identidade e reconhecemos a diferença, e repercutem nas formas como concretamente vivemos nossas vidas, percebemos o mundo e nele nos inserimos (ROCHA; CASTRO, 2009). Nesse embate do visível em contextos midiáticos, tomemos como centro o debate sobre (in)visibilidades relacionadas à mulher negra, a partir das experiências de transição capilar – processo em que se abandona as químicas de alisamento e “assume-se” as texturas crespas e cacheadas.

O cabelo, enquanto elemento corpóreo identificado a aspectos culturais e sociais ligados a traços étnicos, refrata e reflete sentidos individuais e coletivos. Suas significações são construídas e podem ser entendidas no interior de contextos sócio-históricos e percebidos nas dinâmicas midiáticas.

As expressões imagéticas do negro, entre o final do século XIX e início do século XX, passaram a evidenciar com bastante ênfase os efeitos das lógicas do branqueamento em contextos brasileiros, segundo Schwarcz (1994). Os imaginários sociais, amplamente difundidos pelos meios de comunicação, derivaram dessa ideologia e estabeleceram padrões do corpo dito conforme, correto, bom e belo: o corpo branco. Nesta concepção, o corpo “negro” figurava sempre como inconforme diante do modelo de corpo “branco”, considerado a forma exemplar, o ideal da convenção (DOMINGUES, 2002).

Uma das lógicas do branqueamento, segundo Domingues (2002), faz referência ao estético. O branqueamento estético causou entraves à socialização da mulher negra, pois esta passou a alimentar um certo “autodesprezo” pela ausência de modelos positivos em que pudesse se espelhar. A mulher negra, ao recusar sua aparência, gerava, muitas vezes, uma crise de identidade étnica, buscando se descaracterizar na busca pela supressão dos traços afro. O cabelo cacheado e crespo remete a essa ancestralidade muitas vezes suprimida, e ainda é atravessado por estigmas e pela pressão a se enquadrar



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

a padrões estéticos do corpo branco, dito conforme – o que revela o quão conflituosa ainda é a relação das mulheres negras com padrões de beleza hegemônicos.

A negação dessa ancestralidade étnica pode ser entendida como um mecanismo simbólico de fuga étnica, afirma Domingues (2002). Nessa lógica, os mecanismos de mudança de textura capilar para o liso podem ser entendidos enquanto tentativas de superação da “inferioridade” que essas características físicas adquirem. Em sua pesquisa sobre cabelo como performance identitária, Quintão (2013) explicita que mulheres negras com as texturas capilares crespas e cacheadas muitas vezes buscam “uma adequação” por meio de técnicas de modificação, com o objetivo de se aproximar de um padrão próximo ao fio liso.

Quintão (2013) sustenta que a ideia de superioridade estética do cabelo liso em relação ao cabelo cacheado ou crespo remonta a um longo processo histórico, marcado pela colonização e processos de branqueamento, onde foi se construindo socialmente o conceito do cabelo do liso como “bom” ou “bonito”. Em contrapartida, o chamado cabelo “ruim” ou “feio” é associado a texturas encaracoladas e crespas, comum entre as mulheres negras. Segundo bell hooks (2005, p. 81):

(...) o alisamento era claramente um processo no qual as mulheres negras estavam mudando a sua aparência para imitar a aparência dos brancos. Essa necessidade de ter a aparência mais parecida possível à dos brancos, de ter um visual inócuo, está relacionada com um desejo de triunfar no mundo branco.

Enquanto mulher negra, a teórica e ativista negra reflete sobre esses sentidos: “As respostas aos estilos de penteado naturais usados por mulheres negras revelam comumente como o nosso cabelo é percebido na cultura branca: não só como feio, como também atemorizante. Nós tendemos a interiorizar esse medo” (HOOKS, 2005, p. 81).

Essa subjugação estética marginaliza mulheres negras em representações midiáticas. A inferiorização e exclusão se expressa no “padrão de beleza”, que privilegia mulheres brancas, magras, com cabelos lisos e traços finos como o ideal a ser atingido. Segundo Sueli Carneiro, fundadora do Instituto da Mulher Negra de São Paulo, ao refletir sobre as socializações da mulher negra:

(...) o que poderia ser considerado como história ou reminiscências do período colonial permanece, entretanto, vivo no imaginário social e adquire novos contornos e funções em uma



ordem social supostamente democrática, que mantém intactas as relações de gênero segundo a cor ou a raça instituídas no período da escravidão.⁶

A autora destaca o papel dos meios de comunicação nesses processos de significação:

(...) se partimos do entendimento de que os meios de comunicação não apenas repassam as representações sociais sedimentadas no imaginário social, mas também se instituem como agentes que operam, constroem e reconstróem no interior da sua lógica de produção os sistemas de representação, levamos em conta que eles ocupam posição central na cristalização de imagens e sentidos sobre a mulher negra.⁷

Ao refletir sobre as produções midiáticas, Couceiro de Lima (1997) afirma que a mídia, embora se demonstre sensível às mudanças da sociedade e procure se atualizar e incorporar anseios de parcelas minoritárias da sociedade, por vezes ela absorve elementos da estrutura racista e a incorpora nos produtos que veicula. Para Carneiro (2011), tratar a comunicação como um nexos de empoderamento é fundamental para garantir uma representação positiva, bem como a visibilização do processo de mobilização e de lutas. Enquanto palco dessa negociação de sentidos de visibilidades, constantemente transparece o quão conflituosos são esses espaços de disputa.

2. O eu que ecoa um nós: fragmentos autobiográficos em narrativas midiáticas

Os relatos biográficos e autobiográficos se irradiam na trama cultural como um marco de nosso tempo, mediado pelo horizonte midiático. Essas narrativas de vida, retidas nas lembranças e acontecimentos da memória, e, atravessados por aspectos simbólicos, sócio-históricos e pelas práticas de consumo, delineiam uma cartografia da trajetória individual, de acordo com Arfuch (2010), em que a ênfase na singularidade é ao mesmo tempo busca pela transcendência.

Arfuch (2010) articula de maneira indissociável o eu a um nós. Dito de outra forma, o relato individual se expande para além de um caso singular, possibilitando novas narrativas, identificações e identidades. O caráter narrativo da experiência revela um processo dialógico desse entrecruzamento de

⁶ Trecho do texto “Enegrecendo o feminismo: A situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero”. Extraído do Portal Geledés Instituto da Mulher Negra. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>

⁷ Trecho do texto “Enegrecendo o feminismo: A situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero”. Extraído do Portal Geledés Instituto da Mulher Negra. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>



vozes. Como reforça Butler (2015, p. 27), “só se pode contar uma autobiografia para o outro, e só se pode fazer referência a um “eu” em relação a um “tu”, sem o “tu” a narrativa torna-se impossível”.

Ao relatar a si mesmo, o ato narrado implica em uma temporalidade social, que, segundo Butler (2011), excede as capacidades do sujeito da narração, por pressupor que esse “eu” não tem uma história própria que não seja uma relação com uma outridade. A produção autobiográfica pressupõe uma interdependência entre o eu que relata e o outro. Assim, podemos dizer que o “eu”, ao narrar sua trajetória retida na memória individual, ecoa elementos de uma memória que também é coletiva.

Essa reconstituição de trajetórias através de histórias contadas por quem as viveu busca os sentidos de quem viveu e vive essas experiências. Os relatos autobiográficos são capazes de reconstruir o passado e dar sentido ao presente, ao propor uma autorreflexão a partir das próprias trajetórias (RAGO, 2013). Possibilita, ainda, a (re)construção de subjetividades, ao ressignifica os sentidos de existência.

À luz de Foucault, Rago (2013) reflete sobre as estéticas da existência e suas implicações na produção de uma subjetividade que deixa de ser pautada na obediência e submissão e se abre para a construção de novas formas de viver, capazes de se libertar das tecnologias do dispositivo biopolítico de controle individual e coletivo.

Rago (2013) aponta que o conceito de estética da existência se aproxima da produção autobiográfica na medida em que permite há a possibilidade de criação de um estilo próprio de existir, a partir de modos de vida e escolhas de existência de cada um. O indivíduo se torna produtor de si mesmo, determinando suas regras de conduta, como também busca se modificar para alcançar sua singularidade. Foucault, entretanto, esclarece o caráter de luta que se trava consigo mesmo nessa dinâmica: “a prática de si é concebida como um combate permanente” (FOUCAULT, 2008, p. 124). Os elementos autobiográficos são entendidos por Rago como espaços onde se revelam as práticas da estética da existência, e por meio delas as representações sociais são formuladas, veiculadas e assimiladas” (RAGO, 2013).

Segundo Arfuch (2012, p. 19), os avanços da midiatização proporcionaram um cenário fértil para a afirmação de uma expressão imediata do vivido, do testemunhal, que contribui para uma trama de intersubjetividades “em que a superposição do privado para o público excede todo o limite de visibilidade”.



O sujeito, assim, é aberto a múltiplas identificações em tensão com o outro, em que operam desejos e determinações do social. Nesta abordagem, a dimensão simbólica das narrativas de si aparecem como uma necessidade de subjetivação e identificação, ou, como coloca Arfuch (2010), com uma busca consequente daquilo que permita articular, mesmo que momentaneamente, uma imagem de autorreconhecimento.

A articulação indissociável entre o eu e o nós na autobiografia abre a possibilidade para narrativas que reconheçam pluralidades de vozes que ultrapassem o binômio público e privado. Amplificam-se para “vários espaços públicos e privados, coexistentes, divergentes, talvez antagônicos” (ARFUCH, 2010, p. 101). Surgem, assim, narrativas que englobem identidades e identificações que possibilitam manifestações de diferenciação da norma majoritária ou hegemônica, que passa a ser desafiada.

Para Alberti (1991), no exercício autobiográfico, opera-se uma síntese dos sentidos dados à própria vida. Síntese esta que acarreta descontinuidades, omissões e seleção de acontecimentos a partir dos relatos de si. Nessa dinâmica, o sujeito se orienta pela busca de significações: que lhe dirão quais acontecimentos ou reflexões devem ser omitidos e quais (e como) devem ser narrados. Nesta busca, os relatos ganham sentido na medida em que vão sendo contados, acumulando-se uns aos outros, de forma que a significação se constrói no momento em que o sujeito narra sua existência.

3. *Ninguém se mete com o meu cabelo*: sentidos em negociação na performance narrativa de Rayza Nicácio

Rayza, atualmente com 24 anos, nasceu em Maceió (AL) e iniciou sua trajetória no YouTube em 2009. A motivação por fazer vídeos sobre cabelo surgiu da vontade de compartilhar com amigas e conhecidas sobre os cuidados com os seus cachos. Para essa reflexão, concentraremos nossa análise em uma das publicações mais acessadas de Rayza no período de nosso levantamento. Intitulado *Ninguém se mete com o meu cabelo*⁸, o vídeo publicado em 3 de julho de 2017, acumula mais de 105 mil visualizações e 1000 comentários de seguidores.

⁸ Disponível em:

https://www.youtube.com/results?search_query=nnguem+mexe+com+o+meu+cabelo+rayza+nicacio. Data de acesso: 18 de abril de 2018.



Começamos nossa análise com a fala de Rayza recuperando memórias da infância marcadas pelas experiências negativas com o cabelo e relatando os sentidos que a transição capilar adquiriu em sua vida:

“(…) nem preciso falar para vocês o quanto a minha vida mudou quando eu aprendi a me amar e a me aceitar, principalmente a partir do meu cabelo. Quem conhece a minha história sabe que eu alisei o meu cabelo por longos períodos com escova e chapinha, estava sempre dependendo de químicas de relaxamento, odiava volume, isso tudo por causa de uma série de conceitos e preconceitos de quando a gente era criança (…)”⁹.

Neste trecho observamos que Rayza conta sua experiência individual, mas acaba por associá-la a um “nós” ao se lembrar dos “preconceitos” vividos ainda na infância. Aqui, percebemos que sua trajetória se mistura e confunde a outras que ecoam de sua fala. O caso singular da experiência se expande para novas narrativas, identificações e identidades (ARFUCH, 2010).

Os conflitos pessoais com o cabelo, acabam por conectar a trajetória de Rayza a um contexto sócio histórico que invisibiliza características ligadas aos traços negros. A transição capilar adquire então sentidos que ultrapassam questões estéticas e escolhas individuais:

“(…) queria falar sobre a transição de mente, a gente ouve muito falar que o cabelo cacheado é feio, que te deixa desarrumada, que o volume não é bom, que parece ressecado, que parece sujo, mas isso é tudo mentira! Mas desconstruir esses pensamentos nas nossas cabeças não é nada fácil. Não foi fácil pra mim e não vai ser fácil pra ninguém, quando a gente cresce ouvindo muito uma coisa a gente toma aquilo como verdade absoluta e só em algum momento a gente começa a questionar tudo isso (…)”.

Verifica-se em sua fala que o que está sendo colocado em questão não é propriamente a aparência, mas, sim, a pressão em se enquadrar “corretamente” a papéis sociais que correspondessem aos padrões de beleza hegemônicos. A conotação pejorativa acerca da textura crespa estava vinculada a não adequação às normatizações do que era tido como belo. O cabelo aqui adquire sentido de um traço étnico dito inconforme ao que se espera de beleza ou da boa aparência.

A desconstrução dos estigmas atrelados ao cabelo cacheado/crespo entendidos por Rayza como uma “transição da mente”, aludem a possíveis sentidos de (re)significação e (re)existência dos corpos negros. Ela nomina a internet como o palco para essas disputas simbólicas de sentido:

“(…) foi um movimento contrário, a mídia falava o que a gente tinha que fazer e a gente fazia, graças à internet nós falamos o que eles precisavam fazer e agora tem uma amplitude de possibilidades pra gente

⁹ Disponível em:

https://www.youtube.com/results?search_query=nnguem+mexe+com+o+meu+cabelo+rayza+nicacio. Data de acesso: 18 de abril de 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

se inspirar...a gente tem essa necessidade de se sentir representado de olhar e de se ver: então inspirem-se e apoiem-se em referências que você julgar como melhores(...)¹⁰.

Notamos nesse trecho os sentidos da ideologia do branqueamento que incutem no corpo negro e que são reproduzidos na mídia, sendo ressignificadas a partir da internet. Mulheres negras como Rayza, vem ganhando poder de fala e visibilidade midiática para discutir questões sobre o próprio corpo e para questionar padrões, estigmas e a falta de representatividade percebidas por elas nos meios de comunicação. Essas visibilidades do sujeito comum, são conceituadas por Omar Ríncon (2016) de cidadanias celebrities.

Partindo da ideia de que a cidadania celebrities proposta por Rincon (2016) pressupõe uma tensão, uma confrontação e um espaço de luta simbólica, a reflexão a partir da relação de mulheres negras e seus cabelos permite visualizar um caráter político no estético, ao discutir elementos de visibilidades e ressignificação, que fazem parte de uma trajetória individual, mas que está inserido em um contexto social marcado por uma estrutura de preconceitos.

Nas cidadanias celebrities, não são negados conflitos como racismo, mas, assume-se essas questões como parte do relato ou da narrativa. Para Ríncon (2016, p. 41), “o relato midiático tem como constitutivo o conflito (e não somente conteúdos). E os modos de resolver o conflito se concretizam no modo do relato”. Sua observação demanda um “dirigir-se ao “entrelugar”, às zonas híbridas e intersticiais das quais emergem as políticas da diferença e da subalternidade” (ROCHA; GHEIRAT, 2016, p. 162). O popular aqui não é entendido propriamente como popular ou massivo, mas se associa a uma cultura contaminada, que engendra novas sensibilidades e perspectivas estéticas (ROCHA; GHEIRAT, 2016).

Temos nas narrativas de transição capilar de Rayza Nicácio, a partir do relato midiático, conflitos e disputas de sentido em negociação, em que o sujeito comum adquire “voz, rosto, história e estética própria” (RÍNCON, 2016, p. 41):

“(...) dá sim pra ser gata, linda e maravilhosa com o cabelo natural e tudo o que for contra isso é que está adoecido, é o sistema que está adoecido e não você, o seu tipo de cabelo ou o jeito que você nasceu (...)”¹¹

¹⁰ Disponível em:

https://www.youtube.com/results?search_query=nnguem+mexe+com+o+meu+cabelo+rayza+nicacio. Data de acesso: 18 de abril de 2018.

¹¹ Disponível em:

https://www.youtube.com/results?search_query=nnguem+mexe+com+o+meu+cabelo+rayza+nicacio. Data de acesso: 18 de abril de 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Nesses dizeres de Rayza, evidenciamos que a afirmação do direito pelos sentidos atrelados a própria aparência revelam um embate de significações a que estão sujeitos os corpos negros. E que nos permite refletir sobre a mídia enquanto tática de disputa do visível, do narrável e do reconhecido (RÍNCON, 2016).

A mídia atua enquanto espaço de “reconhecimento” na cultura popular. E nestas experiências de re-conhecimento, entremeiam-se sempre relações de mediações sociais, de distintos contextos culturais – a partir daqueles que vivem nessa cultura (RINCON, 2016). Para Martin-Barbero (1981 apud. RÍNCON, 2016, p. 30) é no popular que se travam as batalhas pelo sentido, pois são nesses espaços que se localizam modos outros de imaginação social e de política. O autor complementa ainda que o popular remete a uma vivência pública, ou a uma performance que envolve o sujeito em sua totalidade.

O ato de compreender o popular-massivo não significa despolitizar a indústria midiática; mas, ao contrário, visa compreendê-la em suas ambivalências, submissões e impugnações que se dão a partir dos sujeitos do popular (RINCON, 2016). Nesta ótica, localiza-se a permanência de um sujeito que interpreta, negocia e se apropria de textos culturais, compreendendo-os dentro da experiência de sua trajetória de vida (ROCHA; GHEIRAT, 2016).

Considerações finais

Nas análises realizadas no vídeo *Ninguém se mete com o meu cabelo*, verifica-se que as práticas de consumo presentes nas narrativas midiáticas de aceitação do cabelo e do reconhecimento enquanto mulher negra de Rayza, revelam os processos de invisibilidade, estigmas e preconceitos a que estão sujeitos os corpos das mulheres negras. As situações sofridas durante a infância e juventude por causa da textura capilar se inserem em dinâmicas sociais racistas que nega o direito a mulher negra de reconhecer a beleza de sua própria estética, relegando-a se “adequar” mimetizando a estética hegemônica dos cabelos lisos.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Nesses processos de (in)visibilidades, a experiência da transição capilar é entendida como um marco na trajetória de vida de mulheres negras, que a partir de um processo de desconstrução de padrões e de auto aceitação, passam a ressignificar os sentidos atrelados ao próprio corpo, a própria aparência.

O compartilhamento do relato nas redes digitais, conecta a vivência de Rayza a um contexto estrutural que expande para além da sua experiência pessoal, pois não se trata apenas da sua história, mas a de muitas outras mulheres negras como ela. Assumir o cabelo cacheado/crespado nessa conjuntura e defender o direito de usá-lo em suas texturas naturais, no espaço midiático, torna-se um posicionamento político a partir do estético. Contudo, aponta Ríncon:

(...) a cidadania como figura política não é transparente, idílica, higiênica; pelo contrário, é um projeto que recupera como eixo central de ação agnóstico, que assume que a cidadania é uma tensão, uma confrontação e um espaço de luta simbólica por projetos de reconhecimento. (RÍNCON, 2016, p.40)

A experiência da transição capilar entendida como uma forma de ativismo pelo reconhecimento de direitos à liberdade do corpo da mulher negra, expõem confrontos e embates que se desenham nos espaços midiáticos, que se constroem enquanto arena de disputas dos sentidos, significações e ressignificações ligados à mulher negra. Esses espaços midiáticos, em especial os existentes na internet, são vistos enquanto lugares de reconhecimento onde se criam diálogos e confrontações entre diferentes, revelando sua natureza ambígua e ambivalente, onde se mesclam intersecções e divergências (RÍNCON, 2016).



Referências

ALBERTI, Verena. **Literatura e autobiografia**: a questão do sujeito na narrativa. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 4, n. 7, p. 66-81, 1991.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico para a pesquisa em comunicação digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 6, p. 1-12, 2008. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/cadernoscomunicacao/article/viewFile/1958/1535>>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

BUTLER, Judith. Relatar a si mesmo. **Autentica**, n. 1, p. 13-33, jan.-jun. 2011.

CAMPELO, Cleide Riva. **Cal(e)idoscorpos - um estudo semiótico do corpo e seus códigos**. São Paulo: Editora Annablume, 1997.

CARNEIRO, Sueli. **Enegrecer o Feminismo**: A Situação da Mulher Negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. Portal Géledes. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

COUCEIRO DE LIMA, S. M. Reflexos do “racismo à brasileira” na mídia. **Revista USP**, n. 32, p. 56-65, 1997.

DOMINGUES, Petrônio José. Negros de Almas Brancas? A Ideologia do Branqueamento no Interior da Comunidade Negra em São Paulo, 1915-1930. **Estudos Afro-Asiáticos**, ano 24, n. 3, p. 563-599, 2002.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

GOMES, Nilma Lino. **Sem perder a raiz**: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. São Paulo: Editora Autêntica, 2007.

HINE, C. **Etnografia Virtual**. Colección nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

HOOKS, bell. Alisando nosso cabelo. **Revista Gazeta de Cuba – Unión de escritores y artista de Cuba**, jan-fev. 2005.

MOISÉS, Massaud. **A criação literária**: poesia e prosa. São Paulo: Cultrix, 2012.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Volume 1: neurose. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

QUINTÃO, Adriana Maria Penna. **O que ela tem na cabeça?** Um estudo sobre o cabelo como performance identitária. 2013. 196 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, 2013.

RAGO, Margareth. **A aventura do contar-se**: feminismos, escrita de si e invenções da subjetividade. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

RÍNCON, Omar. O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities. **Revista Eco Pós**, v. 19, n. 3, p. 27-49, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5420>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

ROCHA, Rose de Melo; SILVA, Josimey Costa da; PEREIRA, Simone Luci. Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos. **Galáxia**, n. 30, p. 99-111, dez. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532015000200099&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 17 jan. 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ROCHA, Rose de Melo; CASTRO, Gisela. Cultura da mídia, cultura do consumo: imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. **Revista Tecnologias de Comunicação e Subjetividade**, ano 16, 2009. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/361/321>>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

ROCHA, Rose de Melo; GHEIRART, Ozzie. “Esse close eu dei!” a pop-lítica “orgunga” de Rico Dalasam. **Revista Eco Pós**, v. 19, n. 3, p. 161-169, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/3783>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Espetáculo da miscigenação. **Estudos Avançados**, ano 8, n. 20, p. 137-152, 1994. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v8n20/v8n20a17.pdf>>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

VILLAR, Marília Santanna. **A autobiografia como instrumento de poder**, 1971. Disponível em: http://www.letras.ufrj.br/neolatinas/media/publicacoes/cadernos/a9n6/marilia_villar.pdf. Acesso em: 10 de abril de 2018.