XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017
3 - 8 Diciembre / Montevideo
Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

ENTRE EXPERIÊNCIAS E DIFERENÇAS NAS MÍDIAS DIGITAIS: MODOS DE USO E DESEJOS-HASHTAG NA #SERÁQUEÉRACISMO

Renata Baboni

renatababoni@gmail.com

Universidade Federal de São Carlos

Brasil

RESUMEN

Esta pesquisa investigou a relação entre os modos de usos e os processos de identificação em torno da hashtag seráqueéracismo no Twitter. Neste sentido, analisou como as diferenças foram articuladas nestas discursividades sobre relatos de experiências racializadas por meio de uma metodologia voltada à análise dos conteúdos publicados e de entrevistas semi-estruturadas com xs influenciadorxs – sujeitos produtorxs de narrativas muito compartilhadas nos usos desta hashtag. Assim, partiu-se de dois eixos analíticos, experiências e diferenças, compreendidas na relação entre gênero, sexualidade, raça e classe social, via arcabouço teórico-epistemológico dos Estudos Queer. A hashtag, modo de comunicação sobre si e de textualização de subjetividades, foi, neste caso, muito marcada por narrativas sobre emoções dentro destas negociações relacionadas às diferenças. Estes modos de usos, por um lado, configuraram-se por certa prática contestatória de uma percepção de norma vigente racista - por parte de alguns participantes - e, por outro lado, possibilitaram a abertura de uma discussão sobre algumas experiências relatadas via uso da hashtag serem também questionadas (discussão e dúvida gerada sobre a existência ou não de racismo por parte de outrxs participantes). Neste jogo de ambivalências das experiências, ora foram reproduzidas e ora foram contestadas normalizações sobre diferenças, por meio de demarcações de posicionalidades de sujeitos e de estereotipações (indicações de posições mais ou menos positivadas de homens, mulheres, “brancxs”, “não-brancxs, entre outrxs). Aliado ao uso densamente emocional observado nestas narrativas, notou-se que o relato do racismo dx outrx consistiu em outro modo de uso muito frequente. Este contexto está diretamente vinculado ao desejo que rege o uso desta hashtag: o de reconhecimento social, que muitas vezes é negado ao não-brancx – situação em que é reproduzido certo discurso de “responsabilização” e de“vitimização” do racismo direcionado ax negrx.

ABSTRACT

The research inquired into the relation among ways of using and the identification processes involving #seráqueéracismo on Twitter. Therefore, it unveiled how the differences were articulated in the discourses about racialized experiences by means of analyzing published content and semi-structured interviews with the influencers, widely shared narratives producers. Analytical axes such as experiences and diferences were used, in the relation between gender, sexuality, race and social class, through Queer Studies. In these negotiations about differences, the hashtag, communication mode about itself, was very characterized by narratives about emotions. These ways of using it, on one hand, are configured by a certain contestatory practice of a racist current norm's perception in some narratives and, on the other hand, enabled an aperture of a discussion about the existence or not of racism in other narratives. In this game of experiences ambivalences, sometimes were reproduced and sometimes were contested normalizations about differences, by means of position delimitations and stereotyping individuals. It was also very frequent the description of racism in the other, directly linked to the social acknowledge desire that rules those ways of using (so many times denied to the nonwhite, conferring on them the victimization and accountability on the existence of racism).

Palabras clave

Mídias Digitais; Diferenças; Hashtag

Keywords

Digital Media; Differences; Hashtag

I. Introducción

Esta pesquisa versa sobre a relação entre os modos de uso e os processos de identificação em torno da *hashtag* seráqueéracismo no *Twitter*, por meio do estudo dos eixos analíticos "experiências" e "diferenças".

Caracterizado como uma ferramenta de *microblog* ou de micromensagens (Recuero, 2009), o *Twitter* possui o recurso das *hashtags*, indexadores de tópicos e/ou palavras-chave que atuam como potentes marcadores temáticos e como modo objetivo de situar acontecimentos. Ao agregar em um único fluxo todas as publicações feitas com a mesma *hashtag*, a plataforma possibilita observar uma aglutinação coletiva pautada em identificações temáticas daquelxs que utilizam determinada *hashtag* para participar da discussão de um tema e divulgar informações em "tempo real" (SANTAELLA; LEMOS, 2010: 108-109).

Enquanto linguagem tecnológica contemporânea, os seus usos envolvem a mínima compreensão das dinâmicas de sentidos comunicacionais que vão sendo atribuídas pelxs próprixs participantes durante xs seus processos de utilização, especialmente nos casos de campanhas que incentivam o uso coletivo destas *hashtags*, como as voltadas a relatos de experiências sobre temáticas sociais específicas.

Dentre os fatores que influenciam diretamente na adesão de determinada *hashtag* estão: o seu uso por parte de sujeitos específicos (nomeados aqui como influenciadorxs, participantes que possuem alto potencial de influência sobre outrxs devido à sua posição social prestigiosa nas mídias digitais) e associações entre a *hashtag* com os demais assuntos de destaque midiático no momento em que estão sendo utilizadas. Neste sentido, assuntos mais mencionados do momento no *Twitter* (via *hashtag*) são chamados de *trending topics* e permanecem ranqueados como destaque na página inicial da plataforma.

Os modos de utilização das *hashtags* nas mídias digitais variam ainda de acordo com a plataforma on-line envolvida, podendo adquirir usos inventivos, para além do seu originário (classificatório temático, cunhado no *Twitter*). Assim, as *hashtags* atuam também como potencializadores e amplificadores de novas camadas de sentidos comunicacionais nas mídias digitais em cada situação específica de uso.

Desta forma, as mídias digitais impactam o modo como nos compreendemos e como compreendemos xs outrxs e estes usos estão diretamente relacionados às transformações dos meios de comunicação e às produções de distintos modos de visibilidade nas relações sobre as diferenças. Os seus distintos modos de usos são escolhas realizadas para socializar, ler, experienciar e se envolver com temáticas sobre diferenças, enquanto demandas individuais e coletivas. Neste sentido, a popularidade nas mídias digitais está atrelada ao interesse e ao grau de envolvimento de seus/suas participantes e esta relação entre os conteúdos midiáticos e xs participantes ocorre especialmente por meio de identificações (MISKOLCI, 2011).

Assim, diferentes meios comunicacionais produzem modos distintos de subjetivação e este processo de organização, seleção, participação/envolvimento (inclusive afetivo) e produção de

informações por parte dxs sujeitos envolvidxs – favorecidos pelas tecnologias (como no caso da otimização do acesso a todas as postagens feitas com a mesma *hashtag*) - estão diretamente relacionados às experiências dxs produtorxs de conteúdo e às experiências dxs leitorxs – e potencializam aspectos expansivos de expressividade comunicacional nestes modos de usos específicos da *hashtags*.

Por outro lado, é preciso considerar o contexto desigual sobre o acesso às mídias digitais no Brasil, que ainda ocorre preponderantemente pela classe média, letrada, jovem e residente em região urbana, fatores que apontam para uma reatualização das desigualdades sociais, econômicas e tecnológicas nesta configuração on-line, apesar de também haver um aumento do seu acesso e distribuição exponencial a cada ano no Brasil (MISKOLCI, 2011).

Diversxs autorxs endossam a discussão de que as produções midiáticas brasileiras, especialmente os veículos de massa, de forma geral, não são neutros na propagação de saberes relacionados às diferenças (SILVA, 2014; BELELI, 2014; PELÚCIO, 2014), pois carregam valores culturais e propagam normas sociais que reatualizam o modelo heteronormativo/heterorreprodutivo da sociedade brasileira (MISKOLCI, 2014). Por outro lado, as mídias digitais também "permitem a inserção de pessoas que antes eram relegadas a um limbo social" (MISKOLCI, 2011: 20) possibilitando novos agenciamentos discursivos neste sentido.

Neste contexto, dentre as pesquisas qualitativas sobre os usos das mídias digitais que articulam diferenças e processos de subjetivação, sob perspectiva sociológica, destacamos os trabalhos de Miskolci (2009; 2012; 2013), Zago (2009; 2013), Pelúcio et al. (2012), Pelúcio; Cervi (2013), Beleli (2012; 2015), que retratam buscas nas mídias digitais por relações afetivas e sexuais. Os trabalhos de Adelman; Franco; Pires (2015), apresentam reflexões sobre gênero, identidades e afetividades.

A associação entre estudos sobre subjetividades, mídias digitais e diferenças é pouco frequente na literatura sociológica brasileira, particularmente em relação aos usos das *hashtags* no *Twitter*, fatores que corroboram para as escolhas e concretização desta pesquisa, que teve como objetivo principal investigar os modos de uso e os processos de identificação em torno da #seráqueéracismo no *Twitter* e como estes se articulam e negociam com as diferenças em suas demandas discursivas voltadas a relatos de "experiências sobre racismos". Especificamente buscou-se: 1- compreender o sentido dado pelxs participantxs influenciadorxs às experiências sobre racismos e suas principais motivações relacionadas ao uso da *hashtag* (via análise de suas postagens no *Twitter* e de entrevistas semi-estruturadas com estxs sujeitos); 2- analisar as narrativas e suas demandas, que ancoraram as "experiências sobre racismos", relatadas via uso da *hashtag* (tanto dxs influenciadorxs quanto dxs demais participantes), sob o eixo analítico das experiências e das diferenças (concebidas de modo articulado na relação entre as clivagens de gênero e/ou sexualidade e/ou raça e/ou classe social).

II. Marco teórico/marco conceptual

Racialização do sexo e sexualização da raça: #Diferençasnegociadas

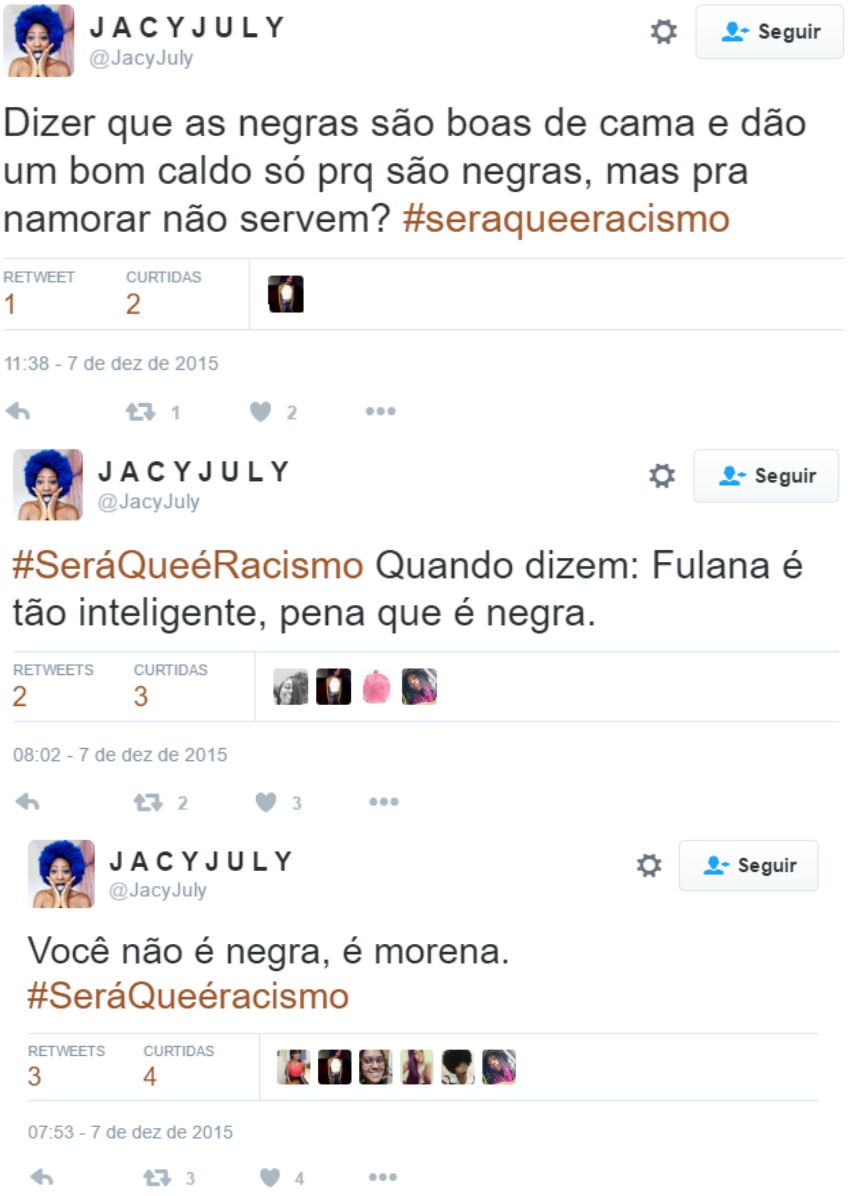
Estes relatos de situações sobre "experiências sobre racismos concretas", que diferenciam os sujeitos por gênero, "raça", classe social, sexualidade (clivagens articuladas como fatores de distinção social), estimulam ainda a reflexão sobre o que é colocado em evidência e o que não é, sendo necessário examinar estas tensões colocadas entre "negrxs" e "brancxs", feminilidades e masculinidades, sexualidades percebidas como "anormais" e "normais".

Compreendemos 'diferença' enquanto categoria analítica contextualmente contingente, no sentido proposto por Avtar Brah (2006), que elucida a necessidade de entendimento do modo como esta é utilizada nas discursividades. Assim, a compreensão de processos de identificação inscritos nas experiências comuns (compartilhadas) relativas a diversos eixos específicos de diferenciação necessita de uma problematização das diferenças como modos de ser nestas interações entre as experiências, as subjetividades (onde o sujeito experimenta processos de identificações e lhes atribui sentidos) e as relações sociais (Brah, 2006).

Em relação às clivagens de gênero e sexualidade, a #seráqueéracismo foi muito utilizada para criticar as seguintes relações direcionadas aos negrxs: frequentes associações do homem negro a um pênis grande (vinculado aos termos "bem dotado", "pega de jeito", "negão"), da mulher negra à hipersexualidade, ao sexo sem compromisso (sexo casual) e a traços corporais estereotipados como seios e nádegas grandes (vinculadas a palavras como "gostosa", "bunda em pé", "ter um rabão" e ao "obrigatório gosto pelo samba"), em contraponto com a mulher branca, frequentemente associada à beleza e ao relacionamento sério, ao namoro (também em casos de relacionamentos entre mulheres e em casos em que o homem diz ser adepto ao poliamor, mas só assume relacionamentos com mulheres brancas). Muitos relatos criticaram o recorrente uso da palavra "mulata" para se dirigir a uma mulher negra.

Foram frequentes os relatos de mulheres sobre a questão da "solidão da mulher negra", no sentido de esta não ser considerada verídica. Há críticas a mulheres que não percebem a opressão que fazem a outras mulheres que vivenciam outras situações de opressão.

Estas discursividades evocam construções de gênero, sexualidade e "raça" associadas à nacionalidade. Neste sentido, a "mulata", muito associada a um objeto de desejo, em diversas produções culturais, a mestiçagem e a sedução são elementos muito marcantes dentro do imaginário brasileiro – dentro e fora do país. Desta forma, as narrativas históricas embasam a atualização deste imaginário de um Brasil muito marcado pela sensualidade da mulher brasileira (sendo que a hipersexualização aparece como fator atenuante do estranhamento destxs que são marcadxs pela cor) (BELELI, 2005).


JACYJULY
@JacyJuly
Seguir
Dizer que as negras são boas de cama e dão um bom caldo só prq são negras, mas pra namorar não servem? #seraqueeracismo
RETWEET
1
CURTIDAS
2
11:38 - 7 de dez de 2015
1
2
JACYJULY
@JacyJuly
Seguir
#SeráQueéRacismo Quando dizem: Fulana é tão inteligente, pena que é negra.
RETWEETS
2
CURTIDAS
3
08:02 - 7 de dez de 2015
2
3
JACYJULY
@JacyJuly
Seguir
Você não é negra, é morena. #SeráQueéracismo
RETWEETS
3
CURTIDAS
4
07:53 - 7 de dez de 2015
3
4

TWEETS DE JACY JULY: INFLUENCIADORA COM 112 RETWEETS E 61 INFLUENCIADXS

Os Estudos Queer e Pós-Coloniais convergem para a compreensão de que modos de opressão que envolvem clivagens como "raça" e sexualidade estão articulados ao mesmo processo de racialização do sexo e de sexualização da raça, o que desencadeia a criação de outras clivagens essencializadas socialmente como nação (Brah, 2006). Assim, a matriz essencializadora e subalternizante presente na conexão raça-sexualidade são pertencentes a um mesmo processo normalizador que cria seres como abjetos ou menos humanos (MISKOLCI, 2009).

Nesta perspectiva, é necessário considerar que o processo de formação nacional brasileiro foi pautado em uma lógica de racialização hierarquizada desde a colonização; e esta hierarquia, simbólica e material, teve como referência o ideal de branquitude europeu (tanto no quesito fenotípico quanto nos valores, discursos e práticas). Tais fatores repercutiram não só no plano físico dos corpos, mas também no subjetivo e histórico-social, neste processo de desenvolvimento enquanto nação. Ou seja, a harmonia da sociedade sob a qual a elite brasileira pautou o seu projeto político e o seu desejo de nação foi baseada em uma realidade biológica
embranquecedora. O discurso de um projeto político racializante englobava também o controle da sexualidade e do gênero do povo, que se deu via práticas discriminatórias, disciplinarizadoras das relações íntimas/sexuais e orientadoras a um padrão social reprodutivo, masculino, branco, heterossexual, viril, elitista, que configuraram uma heterossexualidade compulsória à brasileira (MISKOLCI, 2012).

O discurso nacional de propagação da mestiçagem também serviu como uma boa desculpa de que a sociedade brasileira não era racista, passando a afirmar-se como o país miscigenado do samba, da dança, das mulatas e configurando-se, portanto, enquanto não racista (demandas muito comuns nos relatos de experiências em torno desta *hashtag*). O racismo, então, foi propagado enquanto algo externo à cultura brasileira, considerando a mestiçagem como um fator positivo contra o próprio racismo. Em síntese, a superação do colonialismo no Brasil não correspondeu à superação das colonialidades.

Racismos são contingentes, contextuais e possuem várias origens históricas; se articulam às clivagens de classe social, gênero, sexualidade de modo específico em condições sociais e históricas distintas (BRAH, 2006).

Então, ao considerar as diferenças de sexo, gênero, "raça" e sexualidade nestas experiências relatadas, observamos as distinções feitas como formas de categorização de pessoas. Como aponta Beleli (2005), a evocação destas diferenças informa condutas e procedimentos a partir de uma norma presumida, indicando como estes diferentes corpos se movimentam na sociedade e, ao mesmo tempo, informa também um modo de ser nacional. Para além dos aspectos fenotípicos, observamos que as construções de gênero e sexualidade são atravessadas por elementos morais, pelos tensionamentos entre masculinidades e feminilidades, cores claras e escuras, enquanto descritores da realidade existente. Mas que, de forma ambivalente, ora reiteram, ora desafiam normas vigentes.

Butler (2014) acrescenta que regulações constroem regularidades e são modos de disciplinarização, formas modernas de poder que operam por meio de normas. Estas produzem efeitos e operam sobre o nível de práticas sociais, dentro do padrão implícito da normalização (o que, nos discursos, remetem à produção de sujeitos) – ou seja, este campo de realidade é produzido também por normas de gênero e sexualidade. Então, oposições à norma estão contidas dentro da própria norma e esta é, portanto, uma forma de ação contingente (Butler, 2014). Assim, discursividades normalizadoras das diferenças produzem sujeitos mas também xs constitui ativamente.

Nesta perspectiva voltada aos usos desta *hashtag*, os processos de normalização estão em ação por parte destxs participantes que percebem uma estrutura impositora (os racismos que, na maioria dxs relatos, são atribuídos axs brancxs – posicionalidade de sujeito também muito cristalizada pela maioria dxs participantes) – apesar de também serem atribuídos aos próprixs negrxs, em menor constância. Desta forma, xs que experienciam os racismos se organizam e se identificam orientados à sua resistência.

Hall (2005) compreende identidade como um processo contínuo e descentrado de identificações dos sujeitos de acordo com as suas experiências culturalmente acessadas pelas relações sociais e não enquanto conceito rígido que delimita estereótipos de (a)normalidades, pois esse último realça as hierarquias sobre as diferenças por parte dos hegemonicamente estabelecidos como normais (HALL, 2008: 129; SCOTT, 2005: 24-25).

Hall (2005) aponta que é na dinâmica e na complexidade das relações sociais que envolvem xs sujeitxs que este posicionamento se processa e se diferencia – sendo que as próprias posicionalidades destxs sujeitos estão sendo formadas nesta experiência processual que envolve as mídias digitais.

Identificação e diferenciação são, portanto, processos simultâneos que constituem estes usos da *hashtag*. As identidades, compreendidas enquanto processos de identificação, são caracterizadas pela multiplicidade relacional e mutável de posições que constituem os sujeitos diante de circunstancias pessoais, sociais e históricas (BRAH, 2006).

Portanto, tais participantes, por um lado, reiteram normalizações das diferenças (foi muito frequente o apontamento de que xs brancxs se aproveitam de temáticas antirracistas para se autopromoverem e de que não estão de fato interessados em mudar seus comportamentos racistas) - situações que também naturalizam o binarismo brancxs x negrxs, sob a qual a posicionalidade de sujeito branca também é fixada (muitxs participantxs pedem para que brancxs não utilizem a *hashtag* seráqueéracismo: "brancxs, não usem a #seráqueéracismo"; "um debate sobre negrxs com a

maioria branca falando"; "brancos se incomodando com nossas declarações sobre racismo que sofremos no dia a dia"). Houve ainda normalizações, via uso desta *hashtag*, também por parte dxs que relatam sofrer racismo por serem brancxs e estarem em situações em que se sentem discriminadxs por negrxs (mas foram casos raros).

Por outro lado, estes usos também desafiam normas vigentes e produzem certos deslocamentos, mesmo dentro deste jogo de ambivalências destacados - os usos da *hashtag* são muito pautados em certa prática contestatória a uma percepção de norma vigente racista, que transita neste jogo de ambivalência (há, por exemplo, relatos críticos no sentido de que algumas pessoas usam a *hashtag* para descrever sua situação de opressão e acabam oprimindo outras diferenças, ou seja, muitas vezes reforçando situações racistas).

O passe-repasse da responsabilização (dx outrx racista): entre a "experiência de racismo relatada" e a "contestação da própria experiência"

As postagens *retweetadas* permitiram analisar um padrão/homogeneidade nas discursividades (tanto nas replicadas quanto em algumas postagens diretas – já que os modos de usos e o próprio conteúdo temático destas postagens dxs influenciadorxs também influenciaram grande parte das postagens diretas feitas pelxs demais participantes).

Nestes usos da *hashtag*, percebe-se que o falar diretamente sobre a própria experiência de racismo inclui, necessariamente, a responsabilização dx outrx (não identificado pelo nome, mas por certa posição social e/ou fenotípica , na maior parte dos relatos), como o modo de uso mais frequente. Ou seja, há um uso muito recorrente de narrativas marcadas por tons de denúncia à condição que x narradxr considera como prática racista dx outrx sujeito e/ou da sociedade/instituições sociais (e tais relatos são muito enfatizados via aspectos afetivos).

Deste modo, a utilização da *hashtag* para falar - e conferir visibilidade a algo anteriormente menos exposto é fortemente marcada por um jogo conflituoso entre "a experiência de racismo relatada" (que envolve a percepção dxs participantes) e a "contestação dx outrx sobre a veracidade destas experiências". Desta forma, a responsabilidade dx racismo continua sendo centrada nxs negrxs, enquanto estratégia de silenciamento e manutenção da neurose direcionada à própria negritude, o que gera um uso da *hashtag* voltado a este debate conflituoso das subjetividades envolvidas – este potencializa sentimentos de revolta, de injustiça e de raiva por parte dxs negrxs que expressam as situações de racismos vivenciadas. Neste jogo de transferência da responsabilização sobre o racismo, este não é absorvido enquanto problemática da sociedade, de modo geral, não problematiza as questões da branquitude nestes processos, e permanece reproduzido da mesma forma.

Então, a negação da existência do racismo no Brasil, especialmente por parte de brancxs (tanto dxs que se colocam desta forma quanto dxs que cristalizam este tipo de posicionalidade dx outrx), é uma demanda muito expressa que também acentua a dicotomia entre negrxs x brancxs dentro destes relatos, fatores que colaboram para a naturalização do racismo enquanto algo originado e inventado pelxs próprixs negrxs e também como algo que é de responsabilidade delxs. Estxs, em contraponto, re-transferem a responsabilização do racismo ao outrx brancx que lhes conferiu esta neurose e estas posicionalidades de sujeito cristalizadas, também reforçando a

cristalização dxs brancxs enquanto "opressores" – nos usos desta *hashtag* não foram encontradas outras proposições em relação a saídas das relações binárias citadas, especialmente entre "opressor x oprimido" e "brancx x negrx".

Esta contestação dos "racismos" relatados também foi favorecida pelo próprio caráter ambíguo traduzido pelo termo 'será' (presente na *tag* #seráqueéracismo), que abriu a possibilidade para este tipo de questionamento e para distintos usos da *hashtag* (inclusive os de contestação sobre a veracidade de certas experiências relatadas – intuito anunciado pelo próprio criador do termo: "ele remete não só a um tom irônico e provocador direcionado a uma sociedade brasileira muito marcada por racismos, mas principalmente à abertura de um questionamento sobre a possibilidade dos relatos produzidos com a *hashtag* serem ou não considerados racismos, e esta decisão ficar sob a interpretação dxs leitorxs – ideia pensada sob o intuito de não evidenciar um vitimismo por parte de quem os produz e sim de dar abertura para diferentes interpretações a respeito das experiências narradas", relatou Airá O Crespo).

Em resumo, existiram distintos modos de usos da *hashtag* para se atrair e conferir ainda mais visibilidade aos relatos: irônico, explícito – utilizando-se aspas como uma citação direta recebida – demarcando ou não emoções, sendo questionador, apontando o racismo dx outrx – seja em tons mais informativos, denunciativos e combativos, ressaltando as violências físicas e simbólicas em questão (enfatizando a importância social e política da discussão), ou em tons mais marcados por afetos tristes, como o sofrimento e os diversos tipos de cumplicidade afetiva que surgiram (enfatizando a importância subjetiva da discussão).

Essas fissuras e confrontos que a *hashtag* possibilitou dissipar, sob a formação de redes de concordância e de discordância, contribuiu e contribui para a produção modos de identificação (inclusive afetivos) e para a delimitação de outros modos de uso da própria *hashtag*: desde manifestações híbridas de identificações via demonstração de insatisfação perante "os racismos explicitados" às manifestações híbridas de identificações via contestação de que "o racismo" de fato exista e de que "tais experiências elencadas seriam de fato racistas".

Raça nunca foi um termo neutro no Brasil. Discutí-la pode ser considerado um tabu, pois essa condição aparece de forma estabilizada, é "como se as posições sociais desiguais fossem desígnio da natureza, a atitudes racistas, minoritárias e excepcionais" (Schwarcz, 2012: 30). Ao dizer que há uma harmonia racial, os conflitos são alocados ao plano pessoal. Isso faz parte de um projeto amplo de naturalização das diferenças produzido pelos saberes ocidentais desde o século XIX (SCHWARCZ, 2012).

Então, falar de racismo aberta e explicitamente, na primeira pessoa, é uma limitação que ainda ecoa deste pensamento – também manifestada nos modos de uso desta *hashtag*. Esta prática do relato de experiências pessoais diretas e diversificadas (dentro da proposta destinada a dar visibilidade ao tema) não foi a mais recorrente (já que a maioria das publicações foram *retweets*, ou seja, foram mais frequentes os relatos de experiências indiretas – que não marcam a pessoalidade de quem vivenciou a experiência na frase). Neste sentido, narrar a própria experiência de racismo passa, necessariamente, pela experiência relacional com x outrx racista.

Por meio de relações complexas e distorcidas, os modos de usos nas mídias digitais operam na construção de processos de identificação que envolvem tensões e desafios, aqui relacionados à ideia de eco proposta por Scott (2002), que se referem à produção de repetições daquilo que vem

antes, multiplicando cópias e prolongando o som – identidades sendo mobilizadas como reprodução do mesmo. Em consonância, os ecos são reproduções incompletas que oferecem de volta somente os fragmentos finais de uma frase (SCOTT, 2002).

Portanto, compreendemos que a *internet* produz ecos e fragmenta discursividades (há uma perda de controle e uma descontextualização sobre as motivações e os objetivos da campanha - mesmo que a *hashtag* mantenha certa homogeneização nos seus modos de uso via *retweets* de influenciadorxs, pois há outros usos e debates que vão surgindo e que adquirem um movimento próprio durante o processo de uso da *hashtag*). Alguns aspectos associados à velocidade das tecnologias, às características da plataforma (restrição de número de caracteres), à transparência e falta de controle sobre os resultados que a campanha vai obtendo também contribuem para tais reproduções desfragmentadas do próprio contexto inicial da campanha (Scott, 2002). Assim, estas discursividades, densamente marcadas por elementos afetivos, contagiam tais participantes de distintas formas.

Desta forma, o que as experiências, acionadas enquanto modos de produção de conhecimento, revelaram foram: conflitos entre valores, normas e afetos. Xs participantxs experimentam suas experiências com ideias, sentimentos e lidam socialmente com eles compartilhando tais aspectos em um espaço relacional. Então, nos usos da *hashtag*, convivem discursos que podem ser, de certa forma, contestadores e também autoritários em relação às diferenças (há usos mais atentos ao "racismo dx outrx" e muito pouco atentos às próprias atitudes normalizadoras das diferenças assim como há usos que permitem a abertura e a ampliação do debate em diversas plataformas e sob diversos graus de aprofundamento destas questões sociais).

A noção de "*desejo-hashtag*" foi criada para aglutinar as constatações acima, relacionadas aos modos de uso e processos de identificações em torno da #seráqueéracismo, e para salientar que estes movimentos dxs participantxs, especialmente não-brancxs, são regidos por um forte desejo de que os seus desejos (especialmente de reconhecimento social e afetivo frente às injustiças sociais, como as que são exercidas via próprio uso da *hashtag*) sejam reconhecidos – ou seja, este é um modo de desejar potente que rege muitos usos da *hashtag*, via distintos modos de expressão (embora seja contestado por outros desejos reativos).

III. Metodología

A metodologia consistiu na realização de: 1- revisões bibliográficas e abordagem empírica: 2- observação sistemática das mídias digitais (mapeamento descritivo-analítico das narrativas no *Twitter*).

A análise destas postagens foi feita sobre todos os *tweets* que utilizaram a #seráqueéracismo em modo público (5153 *tweets*) desde 5 de dezembro de 2015 até a data do seu declínio de uso (12 de Julho de 2016), com ênfase no seu conteúdo (analisamos tanto o conteúdo discursivo das postagens diretas – pessoas que enfatizam a sua pessoalidade na experiência narrada - quanto das postagens *retweetadas* – conteúdos produzidos pelxs influenciadorxs). Todos os tipos de conteúdos da postagem que acompanharam o uso da *hashtag* foram analisados – textos, *links*, imagens e vídeos - mesmo quando direcionados a outras redes sociais *on-line*.

Além da observação sistemática das publicações feitas em modo público para relatar experiências sobre racismos, também utilizamos entrevista qualitativa semiestruturada, sob a preparação de um roteiro prévio relativo ao foco do estudo, focados nas motivações de usos e nos processos de identificações dxs influenciadorxs relativos à *hashtag*.

Xs participantes da entrevista foram informados sobre os objetivos da pesquisa e concederam autorização prévia para identificação neste trabalho. Procuramos compreender as motivações, os sentidos e os objetivos atribuídos à produção das narrativas relacionadas às suas experiências. Portanto, focamos as perguntas na compreensão das motivações e nas suas relações com as demandas das experiências sobre racismos, procurando não restringir a análise destas narrativas apenas aos conteúdos (*tweets*) soltos.

As empresas *Audiense* e *V-tracker* colaboraram no acesso, monitoramento e sistematização dos dados utilizados (exportação em planilha de Excel).

Foram analisados todos os conteúdos discursivos de *tweets* realizados com a *hashtag* (5153 *tweets* publicados por 2200 perfis) com demais informações adicionais. Assim, a análise destas postagens foi feita durante e após a observação e a sistematização destas informações.

Com exceção dxs influenciadorxs, xs demais perfis que realizaram postagem com a *hashtag* não sabiam que estavam sendo estudados, postura muito sustentada devido à recorrência de *retweets* reproduzidos (baixa quantidade de publicações diretas).

Realizamos um mapeamento descritivo-analítico dessas discursividades, procurando observar as articulações e negociações produzidas sobre diferenças.

IV. Análisis y discusión de datos

DITOS E NÃO DITOS SOBRE A HASHTAG:

Fenômeno #Seráqueéracismo

O maior envolvimento dxs participantes com a *hashtag* ocorreu no mês de dezembro, especialmente na primeira semana após a sua criação, dia 5 de dezembro de 2015. Nos primeiros dias de uso (5 e 6 de dezembro), foram realizadas 3 postagens (duas publicações do criador da *hashtag* e um *retweet*) e 150 postagens (58 *tweets* próprios e 92 *retweets*), respectivamente. As *hashtags*, em geral, possuem um período de pico e posterior declínio do seu uso, embora ainda continuem sendo utilizadas posteriormente, mas com menor frequência, como é o caso da #seráqueéracismo (raramente utilizada atualmente). Os dias de pico da *hashtag* (os de maior publicação associado ao seu uso) foram 7 e 8 de dezembro de 2015, que totalizaram 2694 e 1148 *tweets* publicados, respectivamente. O número de vezes em que os *tweets* foram potencialmente vistos foi 12.042 vezes.

O maior uso da #seráqueéracismo ocorreu por meio de *retweets* (compartilhamentos de publicações de sujeitos influenciadorxs que refletiu em 68% das postagens feitas no total com a *hashtag*) – que ressalta um processo de identificação coletivo em relação aos modos de uso e conteúdos destxs influenciadorxs - e o menor, por meio de postagens de relatos e produção de conteúdos pessoais diretos/autorais feitos pelxs participantes (acompanhados e conjugados ou não com textos, fotos, vídeos e *links*), que corresponderam a 31%, sucedidos de *replies*/respostas (0,97%) e das menções (0,89%).

Sob a proposta de investigar a relação entre os modos de usos da *hashtag* seráqueéracismo e os processos de identificação relacionados às experiências relatadas pelxs participantxs em torno das diferenças, evidenciamos quatro pontos centrais constitutivos e constituintes dos processos e dinâmicas de usos observados em torno desta *hashtag*: 1- A influência do criador da *hashtag* e suas motivações; 2- Xs influenciadores centrais da maioria de pautas/conteúdos temáticos e modos de usos desta *hashtag*; 3- Demais *hashtags* influenciadoras e seus contextos; 4- A influência de experiências nas próprias mídias digitais, que delimitaram novos modos de uso da *hashtag*. Abordaremos cada um detalhadamente na sequência.

O criador, suas motivações e influências (@AiraOCrespo)

Criada no *Twitter* pelo grafiteiro Airá O Crespo, no dia 5 de dezembro de 2015, sob inspiração e resposta à execução de cinco jovens negros, mortos por policiais no Rio de Janeiro, devido a uma situação racista, a *hashtag* seráqueéracismo surgiu com o objetivo de incentivar relatos de “experiências de racismos” cotidianos vivenciadas por brasileirxs.

PRIMEIRO TWEET COM A HASHTAG FEITO PELO
SEU CRIADOR NO TWITTER (AIRÁ POSSUIU APENAS 6 INFLUENCIADXS)

Airá é grafiteiro, tem 34 anos, superior incompleto, reside no Rio de Janeiro e se auto-declara preto. A partir do seu relato, notam-se aspectos constitutivos da base da criação desta *hashtag* atrelados a diversos processos de identificação do seu criador: nota-se a relação da criação da *hashtag* com um contexto de protesto *off-line* sobre a experiência de racismo dxs jovens executados por policiais; a relação com a experiência política do criador, que se considera "ativista político inclinado à esquerda"; a relação com a experiência profissional do criador (por ser artista, grafiteiro, inclinado à atuação nestas causas sociais, idealizou o termo como "um grito em um mural de rua", ressaltou o criador da *hashtag*); a relação com a sua experiência educacional (já foi estudante de publicidade e pensou na frase também como instrumento de conscientização de outras pessoas); a relação com as suas experiências de uso prévio de outras campanhas de *hashtag*; com o caráter independente que envolveu a criação desta *hashtag* ("não teve apoio financeiro") e que ele considera envolver uma liberdade quanto à apropriação do seu uso ("o uso da #seráqueéracismo está sujeito a diversas interpretações e reações de qualquer pessoa").

É possível compreender que a relação entre as experiências de racismos vividas pelo próprio criador com a experiência de racismos vividas pelxs outrxs também estão na base desta campanha – e isto influenciou também os sequentes modos de uso da *hashtag* (seja via *tweets* ou *retweets*).

Procurando entender como a *hashtag* atingiu o seu momento de auge e se tornou pauta midiática, observamos tanto as suas dinâmicas na plataforma quanto os relatos do seu criador.

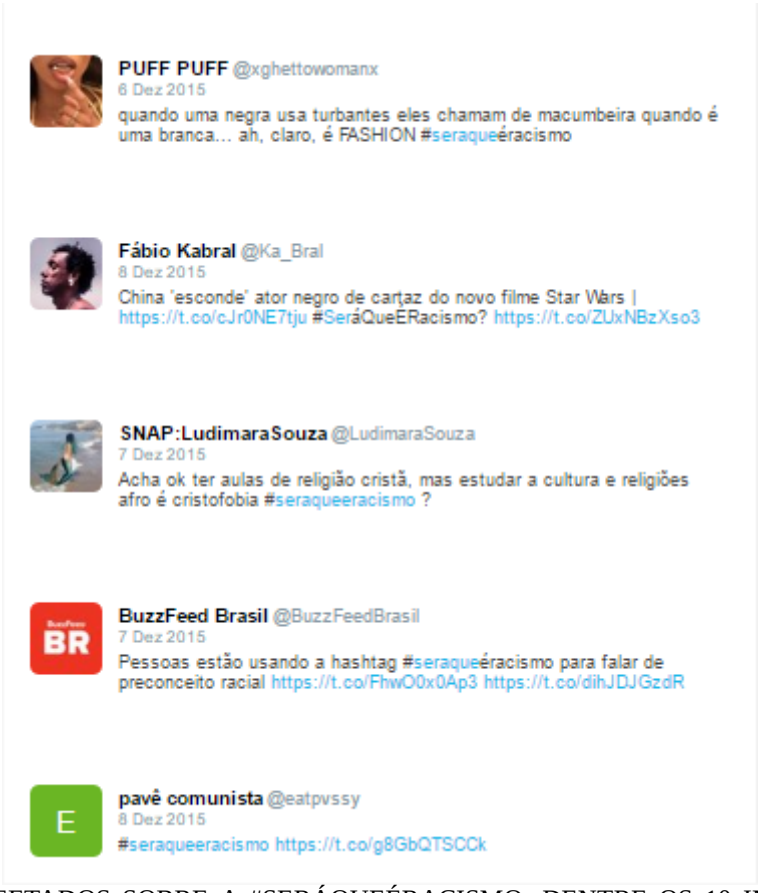
Na esteira de outras hashtags: 2015 o ano das #feministas

As dinâmicas de utilização da #seráqueéracismo foram muito influenciadas por outras *hashtags* que lhe antecederam nas mídias digitais e que tiveram alto destaque nacional e internacional (especialmente a #primeiroassédio e a #meuamigosecreto – mas também as campanhas #SomostodosMaju e #SomosTodosTaís, utilizadas como apoio aos episódios de racismos sofridos pelas duas personalidades), originadas no ano de 2015, contexto marcado nas redes sociais *on-line* brasileiras pelo uso intensivo de *hashtags* "feministas" direcionadas a relatos de machismos, racismos, assédios sexuais e outros tipos de violências contra as mulheres, ações integrantes do movimento intitulado pela mídia brasileira como "Primavera das Mulheres", que conferiram maior visibilidade a tais temáticas. Em menor escala de divulgação e participação nas mídias digitais do que estas, surgiu a #seráqueéracismo, inicialmente no *Twitter*.

Que Influenciadorxs?

O maior uso da #seráqueéracismo ocorreu por meio de *retweets* (compartilhamentos de publicações de alguns influenciadorxs, que correspondem a 68% das postagens feitas com ela; e o menor, por meio de postagens de relatos e produção de conteúdos via *tweets* diretos feitos pelxs demais participantxs). Desta forma, procuramos compreender os motivos, intenções, percepções e interesses destxs influenciadorxs nos agenciamentos destas narrativas discursivas.

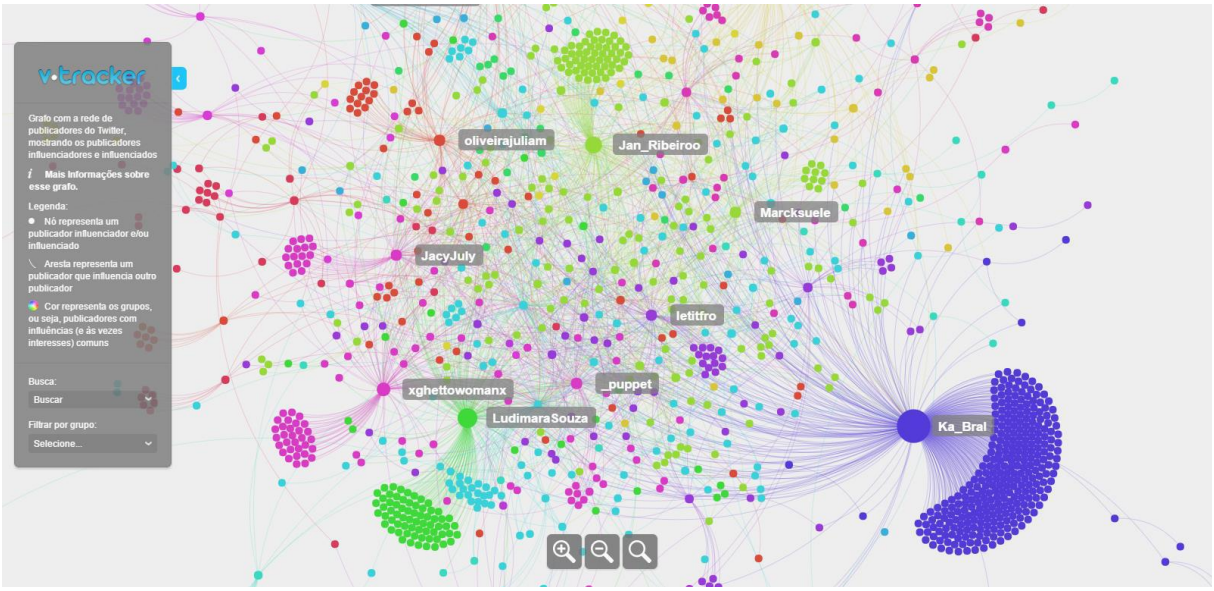
Os perfis com as postagens mais *retweetadas* foram os seguintes:



PERFIS MAIS RETWEETADOS SOBRE A #SERÁQUEÉRACISMO: DENTRE OS 10 INFLUENCIADORXS, 8 CONSEDERAM ENTREVISTA. A MAIORIA É JORNALISTA OU BLOGUEIRX ENVOLVIDO COM ESTA TEMPATICA (ALÉM DAS DUAS ENTIDADES)

Neste contexto, observamos a configuração de modelos de demandas de conteúdos sobre situações de racismos e modos de usos específicos em torno da *hashtag*, que são muito pautados por tais influenciadorxs em relação às demais postagens realizadas (consideramos tal situação como característica dx empreendedor moral (Becker, 2008), no sentido de que tais influenciadorxs podem ser compreendidxs como criadorxs de "regras" e de modelos que são reproduzidos por outrxs sujeitos que utilizam a *hashtag*).

Desta forma, o *Twitter* não sustenta a difusão de todas as vozes em igualdade de condições: ele se autoproclama como serviço público neutro mas fomenta uma estrutura hierárquica de *twitteiros* com mais prestígio nesta rede social - desigualdade que ocorre em partes pela arquitetura da plataforma (que confere privilégios a certxs participantes com alto potencial de aumentar o seu volume de *tweets* e de aderir mais seguidores) e em parte pelas decisões ativas dxs próprixs participantes (Van Dijck, 2016).



GRAFOS NA PLATAFORMA V-TRACKER COM AS REDES DE COMPARTILHAMENTO DE RETWEETS DXS INFLUENCIADORXS (KABRAL, REPRESENTADO NO MAIOR NÓ EM AZUL, FOI O INFLUENCIADOR MAIS RETWEETADO: COM 448 INFLUENCIADXS)

O que move tais agentes a participarem desta campanha são os processos de identificação com temáticas voltadas à "militância feminista negra", à importância conferida a tais movimentos coletivos e sua relação com o potencial de conscientização dxs seus participantes, as participações/experiências pessoais prévias destas pessoas em outras campanhas de *hashtags* nas mídias digitais relacionadas a causas sociais, o desejo de contribuição, junto aos movimentos, sobre tais iniciativas via experiência subjetiva e coletiva, a importância atribuída à visibilidade e ao alcance que estas campanhas conferem e o efeito que produzem em outras mídias - que extrapolam as conexões restritas dos que se organizam apenas em torno das mesmas redes sociais de conexões *on-line*. Mesmo considerando que tais ações não são suficientes para o combate ao racismo, que é estrutural na sociedade, estes agenciamentos contribuem, na visão de todxs xs entrevistadxs, para uma prática anti-racista.

Estxs influenciadorxs credenciam positividade ao uso da campanha frente ao público que se identifica com seus relatos. Segundo tais relatos, ser reconhecido socialmente (especialmente em relação às injustiças e sofrimentos cotidianos) e também obter certo prestígio social em torno da sua ação voltada a esta causa que se objetiva combater, confere positivação valorativa, tanto em relação a si próprio, quanto aos outrxs que também sofrem pelo mesmo motivo. Para xs influenciadorxs, no geral, esta experiência social, midiática e subjetiva é um modo de aos racismos estruturais na sociedade brasileira e aos seus efeitos sobre as subjetividades dxs envolvidxs resistência (já que, para elxs, a visibilidade conferida a esta temática pode provocar maior "conscientização e reconhecimento").

Que experiências? Quais racismos?
#Experiênciasnegociadas

A ênfase dada às narrativas envolve uma negociação entre subjetividades e experiências pessoais realizadas pelxs pesquisadorxs na relação com xs participantxs da pesquisa.

Experiência é aqui compreendida enquanto lugar de formação dos sujeitos (experiências constituem sujeitos e não o contrário), que são marcados por processos sociais e subjetivos; e enquanto um modo de entendimento de como a diferença é estabelecida e operada (SCOTT, 1998, p. 301). Experiência, enquanto eixo analítico, não se refere às narrativas relatadas pelxs participantxs da pesquisa como evidência ou reflexo do real, ou como ponto originário de explicação incontestável, pois este tipo de evidência da experiência reproduz sistemas ideológicos estabelecidos ao suporem que os fatos sociais e históricos falam por si (SCOTT, 1998).

Desta forma, o que xs participantxs apresentam como sendo "experiências de racismos" vividas na atualidade não foi tomado, a priori, como uma verdade ou evidência legitimadora e determinante da realidade social, mas foi considerado enquanto atribuição de sentido simbólica e narrativamente dentro dos processos de significação de realidade (Brah, 2006). Neste sentido, buscamos apreender, para além destes relatos, os conflitos, as necessidades e as normas que emergem de tais sujeitos, relacionando-as a alguns processos históricos e sociais correlatos.

Assim, o eixo analítico experiência, em contraponto a um status de "experiência real inquestionável", está atrelado à narrativização sobre as identidades – entendidas aqui enquanto processos de identificação, em seu aspecto discursivo, e observadas nestas relações como locais de contestação, de exigências múltiplas e conflitantes (SCOTT, 1998).

Articulamos, à seguir, as principais demandas discursivas sobre tais experiências sobre racismos, não no sentido de entendê-las como a origem do conhecimento e visão de um sujeito individual (sujeito que revê a experiência e/ou a dxs próprixs pesquisadorxs), correndo-se o risco de naturalizar as diferenças, mas sim visando apontar reflexões sobre como as diferenças se estabelecem (SCOTT, 1998) enquanto um espaço de contestações políticas e subjetivas e também de produção de conhecimento de como ocorrem as movimentações dos sujeitos no contexto contemporâneo (de como as normas são constituídas, reproduzidas e modificas/resistidas).

Arísia Barros @raizesdeafricas · 6 de dez de 2015
#seráqueéracismo abusos sexuais, estupro de meninas com até 14 anos, da comunidade Kalunga que vive em... fb.me/RmMvd8lz

2 5

janisse @nicemascarenhas · 6 de dez de 2015
amigos, usem a hashtag #seraqueéracismo para denunciar o racismo nosso de cada fia

3

Bih I'm back @letitfro · 6 de dez de 2015
#seráqueéracismo quando você faz recorte de raça dentro d mov sociais e seus mgs ficam ofendidos pq acham q Td se resume em luta de classes?

14 23

janisse @nicemascarenhas · 6 de dez de 2015
ela ficava comigo escondida e de repente apareceu namorando uma branca #seraqueéracismo

7 14

Aira Ocrespo @AiraOcrespo · 5 de dez de 2015
#seráqueéracismo quando te falam que você quase tomou um tiro de um segurança particular, por estar passando no... fb.me/UceFZT7w

4

Aira Ocrespo @AiraOcrespo · 5 de dez de 2015
#seráqueéracismo quando a polícia atira 111 vezes na direção de um carro, numa movimentada rua de um bairro... fb.me/8nCukMbIK

6 8

XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017
3 - 8 Diciembre / Montevideo
Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

PUFF PUFF @xghettowomanx · 6 de dez de 2015
elas falaram que somos todas mulheres, e que mulher não oprime a outra... mesmo a outra sendo negra e pobre
#seraqueéracismo

1 2

busóloga @ViviNasciment · 6 de dez de 2015
Pessoas brancas falam sobre pautas de pessoas negras só p ganhar destaque mas na vdd eles tão cagando #seraqueéracismo

23 38

PUFF PUFF @xghettowomanx · 6 de dez de 2015
quando resolvemos falar sobre a solidão da mulher negra, eles disseram que não existia isso, que tudo é questão de gosto
#seraqueéracismo

4 7

Ana Paula Lisboa @aplisboa · 6 de dez de 2015
#seráqueéracismo quando uma velinha branca passa por você na rua e diz: muito bonitinha, mas o cabelo...

12 25

Bih I'm back @letitfro · 6 de dez de 2015
#seráqueéracismo 5 pretos mortos c/ 111 tiros e nem 3% das redes sociais se comove pq preto injustiçado no Br ñ é digno da sua ft de perfil

55 65

GABRIEL @gabrielwilney42 · 6 de dez de 2015
#seráqueéracismo quando entro em uma loja de roupas e além de ninguém vier me atender, ficam "olhando torto",... fb.me/4ElKYMGE7

2

junin @JuniorcomW · 6 de dez de 2015
#seraqueeracismo quando meu pai diz que black power deixa com aparência de sujo?

17 14

SNAP:LudimaraSouza @LudimaraSouza · 6 de dez de 2015
Negro de dreads é sujo, branco de dreads é estiloso #seraqueéracismo

133 103

SNAP:LudimaraSouza @LudimaraSouza · 6 de dez de 2015
Acha que todo negro que entra na loja é pra roubar e não comprar
#seraqueéracismo

4 11

mini alien @AlohaMoreira · 6 de dez de 2015
Chamou meu nariz de tomada e disse que meu cabelo é duro
#seráqueéracismo

8 12

PUFF PUFF @xghettowomanx · 6 de dez de 2015
ataca religiões de matrizes africanas por fazerem sacrifícios com animais, mas no seu natal não falta peru e pernil
#seraqueéracismo

SINTETIZAÇÃO DE TWEETS DOS PRINCIPAIS MODOS DE USO DA #SERÁQUEÉRACISMO

O sentimento coletivo de injustiça, indignação, sofrimento, perseguição, baixa estima são frequentemente imprimidos em tons denunciativos e atrelados às "experiências sobre racismos" dxs participantes. Estas demandas discursivas são essencialmente pautadas por três eixos temáticos: 1- experiências relativas às características físicas (fenótipo), frequentemente relacionadas às estereotipações: cabelo, cor da pele, demais partes do corpo; 2- experiências relativas à falta de representantes negrxs em instituições: movimentos sociais/coletivos, mídias, restaurantes, hotéis, escola/universidade, religião; 3- experiências relativas às estereotipações e naturalizações de gênero e sexualidade (racialização do sexo e sexualização da raça). Tais visões cristalizadas, expressas nas discursividades, conferem certa posicionalidade sobre xs negrxs que, em sua maioria, utilizam a *hashtag* para confrontá-las e demonstrar ("viralizar") um sentimento de recusa atrelado a esta situação.

Desta forma, estas foram as principais associações temáticas observadas nos usos da *hashtag*, tanto nos relatos por parte de *tweets* diretos quanto de *retweets*, enfatizando uma experiência que passa pelo sujeito direta ou indiretamente.

#Cabelo e #Cordapele

A maioria das discursividades foram sobre situações de racismos direcionadas a pessoas negras (com poucos relatos sobre indígenas, nordestinxs, haitianxs).

À seguir, aponto as principais demandas associativas em relação às naturalizações fenotípicas:

- Uso da #seráqueéracismo para relatar a relação que as pessoas em geral fazem do cabelo de pessoas negras com a dureza e com a feiura
- Uso da #seráqueéracismo para relatar situações comparativas entre cabelos de negrxs associados à sujeira e à mendicância/marginalidade em contraponto ao de brancxs, associados à beleza e ao estilo (mesmo quando ambos usam os estilos dreadlock ou blackpower, por exemplo)
- Uso da #seráqueéracismo para relatar como o cabelo é limitador de reconhecimento social da beleza negra por parte dx outrx (em geral brancxs, mas até mesmo de negrxs)
- Uso da #seráqueéracismo para relatar situações em que o uso de adereço no cabelo dx negrx é visto como estigmatização religiosa – estx é associadx a perigo.

Em relação aos relatos sobre cabelo e demais caracteres morfológicos, tem-se a seguinte demanda: quanto mais próximo ao referencial branco (cabelo liso, simetria corporal), mais a pessoa é aceitável socialmente (na família, no trabalho, na escola, nas relações sociais de modo geral – sendo comum o preconceito até mesmo de familiares, negrxs e não-negrxs). A cor da pele também é diferenciada em graus de tonalidade. Quanto mais próximo ao referencial de tonalidade de cor branca, mais a pessoa é aceitável socialmente). Alguns modos de sanção frequentes relacionados à cor da pele: piadas, dificuldades nas relações de trabalho, dificuldades com relacionamentos amorosos, preconceito até mesmo de familiares negrxs e não-negrxs.

Ainda sobre caracteres morfológicos, foram frequentes associações depreciativas à pessoa negra com desqualificação de seus traços corporais distintos do referencial branco, comparando

suas partes corporais a objetos e a animais/não-humanos (associação de nariz à tomada; da pessoa com um animal/macaco) - relacionando beleza à simetria corporal e x negrx com objetos/não-humanos.

Nestas discursividades analisadas, observa-se a utilização de estereótipos como descritores potentes e simplificadores, por meio de visões preconceituosas sobre aquele de quem se fala (BELELI, 2014). Esta ação de inferiorização dx outrx e de sua experiência (processo de racialização) é parte de um processo de alienação colonial que interfere diretamente nas subjetividades dxs envolvidxs nesta dinâmica, sob o qual foi construída uma fobia em relação ao negrx (colocando-o como x outrx desumanizadx e perigosx, também por meio de seus atributos e características físicas vistos como "exagerados", que foram sendo mistificados e animalizados pelx brancx – muitas vezes interessadx em não associar tais características a si mesmx – ou seja, são características faltantes ao brancx) (FANON, 2005). A mulher negra ("mulata com nádegas grandes") e o homem negro ("viril, bem dotado") são hipersensualizados e estas são estratégias de uma condição de "racialização do sexo" e "sexualização da raça". Este processo de racialização confere normalidade; é uma estratégia política de desumanização dx outrx – que ocorre via construção e afirmação de estereótipos, dentro da produção de valores nacionais que normatizam e hierarquizam as diferenças.

Considerando as formulações de branqueamento do final do século XIX e seus discursos sobre mestiçagem brasileira, ressaltamos que há uma tendência a marcar uma suavização da cor da pele via criação de nuances de cores (como no caso: "mas você nem é negra, é mulata/morena"), tendo o padrão branco e a proximidade em relação a ele como referencial de maior aceitação, que tende a dissolver o binarismo negrx/brancx e consequentemente as identificações assumidas por tais pessoas.

Os relatos sobre estas "experiências sobre racismos" nos usos da *hashtag* apontam que a aparência define quem é ou não negrx e quem é ou não bonitx/inteligente - reatualizando também a pesquisa de Iara Beleli (2005) ao demonstrar que a cor é um dos fortes atributos de beleza, no contexto da propaganda publicitária brasileira. Tais códigos, quando associados a um referencial nacional, conferem exotismo e sexualidade exacerbadxs à mulher brasileira (BELELI, 2005).

Então, experiências coletivas não podem ser reduzidas à soma das experiências individuais, pois envolvem outros processos de significação que são singulares em torno de eixos específicos de diferenciação - sexualidade, gênero, racismo, classe social, entre outras. Brah (2006) pontua que para ter uma consciência expandida de construções de identidades em um certo contexto é preciso parcialmente apagar e ao mesmo tempo carregar traços de outras identidades que sempre estão em processo (BRAH, 2006: 371-372). Assim, "o sujeito pode ser efeito de discursos, práticas e instituições, mas ao mesmo tempo, elx está em processo, experimenta a si mesmo e se refaz em novas posições e investimentos que lhe atribuem significado". (BRAH, 2006: 373).

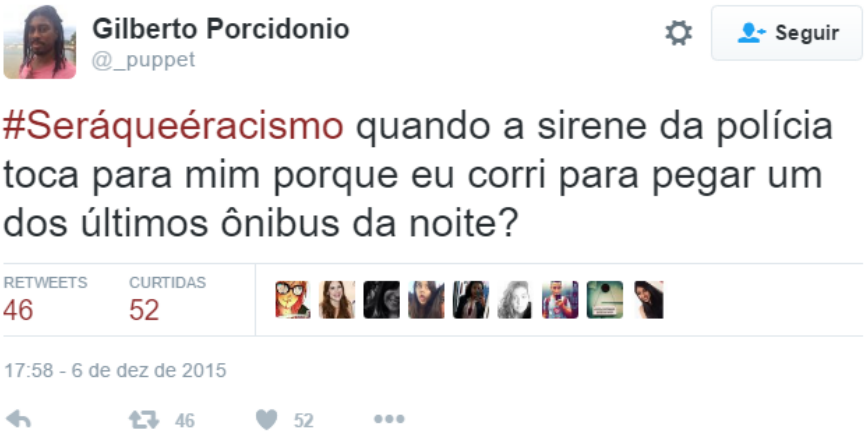
#Instituições

As demandas discursivas e associações relacionadas a instituições apareceram da seguinte forma:

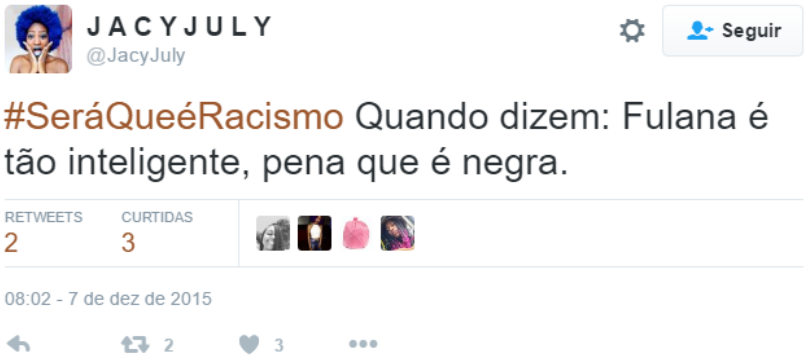
- Uso da #seráqueéracismo para relatar críticas sociais relacionadas à falta de representação de pessoas negras na mídia/internet, escolas/universidades

- Uso da #seráqueéracismo para relatar críticas à associação dx negrx à intenção de furto, ao assalto, ao perigo, a pobreza, feitas em diversos espaços, públicos e privados (ruas, lojas, shoppings). Foram muito frequentes narrativas sobre abordagens policiais envolvendo constrangimentos das pessoas negras (situações de armas apontadas, sirenes, trocas de tiros, homicídios, violência policial envolvendo casos de confusão da pessoa negra com assaltantes).
- Uso da #seráqueéracismo para relatar críticas a participantes/ativistas pertencentes a diversos movimentos e coletivos no sentido de que a questão racial, também nestes espaços, frequentemente é pauta menor em relação às outras ("depois de não ver as feministas badaladas darem *retweet* em massa na #seráqueéracismo, entendi de uma vez o que já sabia, feminismo é branco e ponto"- alertando para a falta de apoio dos próprios movimentos feministas engajados nestas campanhas com recorte racial). Nesta *hashtag* também foi comum o uso de termos e jargões que estão nas agendas destes movimentos/coletivos ("empoderamento", "lugar de fala", "racismo reverso", entre outros)
- Uso da #seráqueéracismo para relatar uma associação direta e linear de pessoas negras às religiões de matriz africana com teor de preconceito e desvalorização social a tais religiões (estas são vistas como perigo, demonização, perversão ou problema) em contraponto a outras religiões (em especial as de origem cristã)
- Uso da #seráqueéracismo para relatar críticas às práticas racistas na *internet* (no próprio uso desta *hashtag* feito por outrxs participantes)
- Uso da #seráqueéracismo como apoio midiático de outros links/matérias com temáticas associadas ao racismo também por parte da mídia (estas entidades, em geral, utilizam o momento de pico da *hashtag* para divulgar suas próprias matérias, tendo esta tendência de assunto como pauta)

TWEETS DE JAN RIBEIRO: INFLUENCIADORA COM 364 RETWEETS E 165 INFLUENCIADXS



TWEET DE GILBERTO PORCIDONIO: INFLUENCIADOR COM 178 RETWEETS e 63 INFLUENCIADXS



TWEETS DE JACY JULY: INFLUENCIADORA COM 112 RETWEETS E 61 INFLUENCIADXS

Embora o maior uso da *hashtag* tenha sido via *retweets* de certxs influenciadorxs, é necessário considerar que o próprio ato de *retweetar* está relacionado também a processos de identificação (seja por também já ter compartilhado a mesma experiência, seja por concordar, acreditar na causa e querer apoiá-la/dar visibilidade à temática). Assim, o *retweet* é uma escolha de uso dx participantx que está relacionada ao tipo de experiência que este deseja ter nas mídias digitais naquele contexto, na escolha e no objetivo pessoal/interesse de cada participante (SANTAELLA; LEMOS, 2010).

V. Conclusiones

A *hashtag* pode ser compreendida enquanto um modo de comunicação sobre si mesmo e de textualização de subjetividades, muito marcada por processos de identificação e modos de uso voltados a narrativas sobre subjetividades, experiências e questões relacionadas às diferenças sociais.

A ideia de experiência remete a uma zona conflitiva nestes usos da *hashtag* (experiências de racismos são contextuais), sob a qual diferentes ideias e emoções convivem nesta alta proliferação de conteúdos, que envolve desde ideias mais até menos normalizadoras sobre diferenças – considerando inclusive narrativas "antifeministas" e "antirracistas". Neste sentido, o convívio de experiências parecidas, mas que levam a leituras distintas, ora reificam "subalternizações", ora não possuem fixidez às pautas de "movimentos sociais antirracistas", por exemplo, porque alguns destxs sujeitos podem não se identificar como "subalternos" - informações que estão além do intuito desta pesquisa.

Um dos usos mais frequentes foi a demarcação de certas posicionalidades de sujeitos (tanto voltadas aos negrxs, quanto no próprio posicionamento destxs em relação aos brancxs, que também é frequentemente cristalizado nestas relações - por ser o outrx racista, na maioria dos casos). Nestes usos, indica-se posições mais ou menos positivadas de "homens", "mulheres", "brancxs", "não-brancxs.

Aliado ao uso densamente emocional observado nestas narrativas, nota-se que o relato do racismo dx outrx consitui-se em um modo de uso muito frequente – que está diretamente vinculado ao potente desejo (de reconhecimento social e afetivo) que rege este uso. Este reconhecimento, que muitas vezes é negado até mesmo no próprio processo de uso das mídias digitais, é um elemento que contribui para que tais sujeitxs sejam realocadxs negativamente em posicionalidades cristalizadas, o que mantém vigente a neurose dx racismo voltada à responsabilização dx negrx.

Estes usos também dão visibilidade às "marcações negativas" sobre as diferenças – denunciam como a sociedade, em geral, demarca posições de sujeitos (essas demandas de experiências de racismos reforçam estereotipações e normalizações - comparações com objetos e animais, via cristalizações fenotípicas, sob as quais xs brancxs, na maioria dos casos relatados, demarcam a cor da pele escura dx outrx como distante da sua posição porém, muitas vezes, relacionam a hiperssexualização às negras como modo de amenização do estranhamento destxs corpos marcadxs pela cor.

VI. Bibliografía

ADELMAN, Miriam ; FRANCO, César Bueno ; PIRES, Andressa Fontana . Ruralidades atravessadas: jovens do meio campeiro e narrativas sobre o Eu e o(s) Outro(s) nas redes sociais . *Cad. Pagu [online]*, Campinas-SP, Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp, 2015, pp.141-170.

BECKER, Howard S. *Outsiders*: estudos de sociologia do desvio. 1a ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2008.

BELELI, Iara. Amores online. In: PELÚCIO, Larissa et alii (orgs). Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia. Marília/São Paulo, *Oficina Universitária/Cultura Acadêmica*, 2012, pp.56-73.

BELELI, Iara. Marcas da diferença na propaganda brasileira. 2005. Tese. Instituto de Filosofia e Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Campinas. 2005.

BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. *Cadernos Pagu* (44), Campinas-SP, Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp, 2015, pp.91-114.

BRAH, Avtar. Diferença, Diversidade, Diferenciação. In: *Cadernos Pagu*, Campinas-SP, Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp, 2006. n. 26. p. 329-376.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A, 2005. FANON, Frantz. *Os condenados da terra.* Juiz de fora: Ed. UFJF, 2005.

MISKOLCI, Richard. A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. In: *Sociologias*. Porto Alegre: PPGS-UFRGS, 2009. n. 21. Disponível em < http://www.scielo.br/pdf/soc/n21/08.pdf >. Acesso em out. 2013.

MISKOLCI, Richard. Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. *Cronos, Revista da Pós Graduação em Ciências Sociais,* UFRN, Natal, vol. 12, nº 2, jul./dez., 2011, pp.9-22.

MISKOLCI, Richard. *O desejo da nação:* masculinidade e branquitude no Brasil de fins do XIX. São Paulo: Anablume, 2012.

SCOTT, Joan Wallach. A Invisibilidade da Experiência. In: *Projeto História*. n.16. SãoPaulo: PUC, 1998.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. *Redes sociais digitais:* a cognição conectiva do twitter. São Paulo: Paulus Editora, 2010.

VAN DIJCK, J. *La cultura de la conectividad*. Una historia crítica de las redes sociales. 1a ed. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.

XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017
3 - 8 Diciembre / Montevideo
Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio