

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

IRINA COELHO MONTE

**Influenciadoras digitais negras e a construção de perfis-territórios:
Uma análise dos perfis de Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri
(@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas), a partir das constelações
inspiradas em Walter Benjamin**

PORTO ALEGRE 2024

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

IRINA COELHO MONTE

**Influenciadoras digitais negras e a construção de perfis-territórios:
Uma análise dos perfis de Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri
(@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas), a partir das constelações
inspiradas em Walter Benjamin**

**Tese apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul como requisito
parcial para a obtenção do título de Doutora
em Comunicação**

**Orientação: Prof^a. Dra. Miriam de Souza
Rossini**

PORTO ALEGRE 2024

CIP - Catalogação na Publicação

MONTE, IRINA COELHO

Influenciadoras digitais negras e a construção de perfis-territórios: Uma análise dos perfis de Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri (@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas), a partir das constelações inspiradas em Walter Benjamin / IRINA COELHO MONTE. -- 2024.

283 f.

Orientadora: MIRIAM SOUZA ROSSINI.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. mulheres negras. 2. influenciadores digitais. 3. mercado de influência. 4. feminismo negro. 5. perfis-território. I. ROSSINI, MIRIAM SOUZA, orient. II. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

IRINA COELHO MONTE

**Influenciadoras digitais negras e a construção de perfis-territórios:
Uma análise dos perfis de Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri
(@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas), a partir das constelações
inspiradas em Walter Benjamin**

**Tese apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul como requisito
parcial para a obtenção do título de Doutora
em Comunicação**

**Orientação: Prof^a. Dra. Miriam de Souza
Rossini**

Data: __/__/__

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Rafael Hoff (UFAM)

Profa. Dra. Sátira Machado (UNIPAMPA)

Prof. Dr. Deivison Campos (PUCRS)

Profa. Dra. Elisa Piedras (UFRGS)

PORTO ALEGRE 2024

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em especial ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), por me ensinar que sou uma fortaleza;

À Universidade Federal do Amazonas (Ufam) pelo convênio DINTER firmado, e pela liberação do trabalho para formação;

Aos professores do PPGCOM/UFRGS, em especial à professora Dra. Miriam Rossini, não só pela contribuição na minha formação acadêmica, mas por ter segurado a minha mão quando todo mundo escolheu largar; jamais esquecerei da frase: “agora, somos eu e você. Vamos?”;

À banca de qualificação, em especial ao professor Dr. Deivison Campos, por ter sido horizonte;

À minha mãe, Iara Coelho, irmã, Nálida Coelho, tia, Joana Coelho, e meu padrasto, Edmilson Aguiar, por escolherem ficar ao meu lado, mesmo eu sendo uma pessoa de poucas palavras. Durante estes quatro anos, nos dias de maiores angústias ou nas melhores alegrias, foram eles os primeiros a quem recorri. Obrigada pelos abraços durante as partidas, carinhos nas chegadas, chamadas de vídeo para acalmar a saudade, livros, risadas, amor e confiança. Nunca estive tão perto Teresina, Manaus, São Paulo e Porto Alegre;

À minha avó (*in memoriam*), Eurídice Reis Coelho, meu exemplo de fé, sabedoria e coragem. Viu e vibrou com o começo do doutorado e segue viva em cada decisão que tenho que tomar na vida. A primeira das mulheres da minha família a entender a importância dos estudos e com quem aprendi a ser quem eu sou hoje;

Às minhas amigas Livia Moura e Romana Naruna pelos mais de 15 anos de amizade entre Brasil, Portugal e Inglaterra;

Aos meus amigos Marion Litaiff, Tasso Ricarte, Gabriel Machado, Gabriela Freitas, Larissa Sousa e Rebeca Farias pelo sopro de vida, pelas cervejas e sorrisos no meio do caos;

Aos meus irmãos de santo Vivian Rebeca, Marcos Silbermann, Damiana Viana, Valber Parente, Izabella Souza, Mari Terreiro, Flávia Fontes e Lucas Alves, sobretudo, por dividirem comigo momentos de intimidade e fé;

Aos colegas de Dinter, em especial Cris Souza e Judy Tavares, por termos vividos dias lindos (e agoniados) em Porto Alegre;

À Porto Alegre por ser, pela segunda vez, a cidade mais desafiadora em que já morei. Espero que o dono do mercado siga permitindo o meu retorno sempre que possível.

A noite não adormece
nos olhos das mulheres
a lua fêmea, semelhante nossa,
em vigília atenta vigia
a nossa memória.

A noite não adormece
nos olhos das mulheres
há mais olhos que sono
onde lágrimas suspensas
virgulam o lapso
de nossas molhadas lembranças.

A noite não adormece
nos olhos das mulheres
vaginas abertas
retêm e expulsam a vida
donde Ainás, Nzingas, Ngambeles
e outras meninas luas
afastam delas e de nós
os nossos cálices de lágrimas.

A noite não adormecerá
jamais nos olhos das fêmeas
pois do nosso sangue-mulher
de nosso líquido lembradiço
em cada gota que jorra
um fio invisível e tônico
pacientemente cose a rede
de nossa milenar resistência

Em memória de Beatriz Nascimento
Conceição Evaristo, em Cadernos Negros, vol. 19

RESUMO

O objetivo desta tese é compreender a inserção das mulheres negras no mercado brasileiro de influência, predominantemente branco. Isso será realizado por meio da análise da construção de perfis-territórios, considerando as interseções entre raça e gênero, e as diversas desvantagens enfrentadas por esse grupo na ocupação de diferentes esferas sociais. Conceitos como dupla consciência (Du Bois, 2021), contrato racial (Mills, 2023), dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023), o corpo negro como fenômeno social e cultural (De Mello, 2023), corporalidade nas trocas sociais (Haesbart, 2004; Quijano, 2010), e corpo-território (Gago, 2020) são empregados para analisar os perfis das influenciadoras digitais negras Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri (@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas), sob a ótica do que denominados como perfis-territórios. Entende-se que a experiência de ser negra em uma sociedade predominantemente branca está profundamente ligada às perspectivas conflitantes em que o corpo negro é historicamente construído como símbolo de inferioridade, desumanização e exploração em sociedades colonizadas. Os perfis-territórios representam espaços paradoxais que oscilam entre a possibilidade de assimilação, por pertencerem a ambientes predominantemente brancos, e a resistência, sendo, em última instância, espaços de aquilombamento (Beatriz Nascimento, 2018; Abdias Nascimento, 2016) online, considerando a negritude numa perspectiva diaspórica (Gilroy, 2010). Olha-se as influenciadoras negras sob a lente do feminismo negro (Collins, 2019) e da Teoria Feminista: Da Margem ao Centro (hooks, 2019c), em conjunto com as perspectivas dos Estudos Críticos Interseccionais de Raça e Tecnologia (Tynes et al., 2016; Sobande, 2020; Daniels, 2009, 2013, 2015; Brock, 2020), e as dinâmicas das plataformas (Van Dijk et al., 2018). A metodologia de análise utilizada é a constelação, inspirada em Walter Benjamin (2020), que possibilita uma abordagem sensível e não linear das relações entre mulheres negras e o mercado de influência. Como resultado, o estudo evidenciou que, para a mulher negra, não basta ser influenciadora; pelo contrário, junto com essa escolha surgem desafios e marcadores sociais com os quais ela deve lidar diariamente. O primeiro deles tem início no levantamento dos perfis, quando, de modo geral, as matérias jornalísticas nem consideram pessoas negras entre influenciadores. A invisibilidade e os silenciamentos, como apresentado nesta tese, são uma constante na história do povo negro no nosso país; e a autodefinição (Collins, 2019) e o entendimento de margem e centro (hooks, 2019) atuam como elementos que possibilitam às mulheres negras a ocuparem o espaço predominantemente branco, criando modos de existências e resistências.

Palavras-chave: mulheres negras; influenciadores digitais; mercado de influência; feminismo negro; perfis-território.

ABSTRACT

The present thesis aims to understand the insertion of black women in the predominantly white Brazilian digital influencer market. This will be accomplished via analysis of the construction of profile-territories, taking into account gender and race intersections, and the numerous disadvantages faced by this group in occupying different social spheres. Concepts as double conscience (Du Bois, 2021), social contract (Mills, 2023), racial device (Carneiro, 2023), the black body as a social and cultural phenomenon (De Mello, 2023), corporeality in social exchanges (Haesbaert, 2024; Quijano, 2010), and body-territory (Gago, 2020) are employed to analyze the profiles of black digital influencers Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri (@natalyneri), and Gabi Oliveira (@gabidepretas), under the optics of what we have named profile-territories. Being black in a predominantly white society is an experience understood as profoundly connected to the conflicting perspectives upon in which the black body is historically built in colonized societies as a symbol of inferiority, dehumanization, and exploration. The profile-territories represent paradoxical spaces oscillating between the possibility of assimilation, due to belonging to predominantly white spaces, and of resistance, being on-line quilombo territories (Beatriz Nascimento, 2018; Abdias Nascimento, 2016) as a last instance, taking blackness into a diasporic perspective (Gilroy, 2010). The black digital influencers are viewed under the lenses of black feminism (Collins, 2019) and Feminist Theory: From Margin to Center (hooks, 2019c), in association with the perspectives of Critical Intersectional Studies on Race and Technology (Tynes et al., 2016; Sobande, 2020; Daniels, 2009, 2013, 2015; Brock, 2020), and platform dynamics (Van Dijk et al., 2018). The methodology applied to the analysis is constellation, inspired by Walter Benjamin (2020), which allows for a sensitive and non-linear approach to relations between black women and the digital influencer market. As a result, the study uncovered that being a digital influencer is not enough for the black woman; on the contrary, along with this choice emerge social challenges and markers which they must deal with daily. The first challenge happens at profile survey, where generally journalistic pieces don't consider black people amongst these influencers. The invisibility and silencings, as presented in this thesis, are a constant in the history of black people in our country; self identification (Collins, 2019) and the understanding of margin and center (hooks, 2019) act as elements that enable black women to occupy predominantly white spaces, creating ways to exist and resist.

Keywords: black women; digital influencers; influence market; black feminism; profile-territories.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -Capa da Forbes Brasil	33
Figura 2 -Nuvem de palavra com as influenciadoras mais citadas nas matérias	34
Figura 3 - ordem crescente das influenciadoras mais citadas	35
Figura 4 -Perfil de Nátaly Neri	36
Figura 5 - Perfil da Camilla de Lucas	37
Figura 6 -Perfil da Gabi Oliveira	38
Figura 7- Embarcados africanos entre os anos 1551 e 1875	58
Figura 8- Classificação dos seguidores	155
Figura 9- Funções dos influenciadores	157
Figura 10- Constelações de musicais	161
Figura 11- Perfis com o selo de verificação	165
Figura 12 -Processo de construção da blogueirinha da vida real	174
Figura 13 -Processo de construção do perfil da Gabi de Oliveira	175
Figura 14 -Processo de construção do perfil da Nátaly Neri	176
Figura 15 -Primeiras publicações de Camilla de Lucas	177
Figura 16 -Primeiras publicações de Camilla de Lucas	179
Figura 17 -Camilla de Lucas com vários tipos de cabelo	181
<i>Figura 18 -Camilla de Lucas com o cabelo natural</i>	182
Figura 19 -Processo de transição capilar como uma das etapas de reconhecer-se negra	183
Figura 20 - Dicas da Gabi Oliveira de como cuidar dos cabelos crespos	184
Figura 21 -- Ntaly Neri com dreadlocks	186
Figura 22 -Camilla de Luca com seu esposo	188
Figura 23 -Camilla de Lucas e Mateus Ricardo em viagem pela Europa (março de 2023) e no dia do casamento (uma das imagens fixada no perfil da influenciadora)	189
Figura 24 -Nátaly Neri e o namorado Jonas Maria	191
Figura 25 -Nátaly Neri e o namorado Jonas Maria	192
Figura 26 – Alguns comentários ao post do Dia da Visibilidade Trans. Ao todo foram 94 comentários	193
Figura 27 -Nátaly Neri em viagem com Jonas Maria	194
Figura 28 -Gabi de Oliveira e os filhos	196
Figura 29 -Gabi de Oliveira e os filhos	198
Figura 30 - Gabi de Oliveira e as referências negras	201
Figura 31 - Camilla de Lucas e as referências negras	203
Figura 32 -Nátaly Neri e as referências negras	204
Figura 33 -Gráfico da coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”	206
Figura 34 -Publicação do perfil @planetaella	209
Figura 35 -Gabi de Oliveira e a publicidade da Seda	212
Figura 36 -Gabi de Oliveira e a publicidade da Sallve	212
Figura 37 -Gabi de Oliveira e a publicidade da Sallve em 2023	214
Figura 38 -Gabi de Oliveira e a publicidade de cerveja produzida por mulheres	215
Figura 39 -Gabi de Oliveira e a publicidade de Home Center	216
Figura 40 - Nátaly Neri durante o lançamento do documentário “Negritudes Brasileiras”, em 2018	217
Figura 41 -Nátaly Neri e o afroempreendedorismo	219
Figura 42 -Nátaly Neri aprendendo a fazer sua própria maquiagem	220
Figura 43 - Nátaly Neri aprendendo a fazer sua própria maquiagem	221

Figura 44 -Nátaly Neri no SXSW, em Austin, no Texas	222
Figura 45 -Nátaly Neri divulgando Corrida das Blogueiras	224
Figura 46 -Camilla de Lucas na fase amadora	227
Figura 47 - Camilla de Lucas na fase amadora	228
Figura 48 -Camilla de Lucas na fase amadora	229
Figura 49 -Camilla de Lucas e sua relação com a negritude	230
Figura 50 -Produção de conteúdo feita por Camilla de Lucas na página @viagempreta	231
<i>Figura 51 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle</i>	232
Figura 52 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle	233
Figura 53 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle	234
Figura 54 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle	235
Figura 55 -Camilla de Lucas utiliza a relação segura com a mãe também em publicidades	236
Figura 56 -Manifestação da influenciadora digital após sofrer ataques online	238
Figura 57 -Gráfico da coleção “Mulheres negras: margem e centro”	242

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -n° de publicações em cada um perfil desde o surgimento	169
Quadro 2 -n° de publicações em cada um perfil desde o surgimento	170
Quadro 3 -Recorte temporal Camilla de Lucas	171
Quadro 4 -Recorte temporal Gabi Oliveira	171
Quadro 5 -Recorte temporal Nátaly Neri	171

SUMÁRIO

PRÓLOGO	12
INTRODUÇÃO	15
1.1 Das definições da tese	27
2 - “DO BRASIL ACORRENTADO AO BRASIL QUE NÃO SE CALA”: ENTRE O COLONIALISMO E AS ALIANÇAS EMANCIPATÓRIAS	46
2.1 Colonialismo e o mito da democracia racial	47
2.2 Tumbeiros, o nó colonial e o contrato racial	55
2.3 Dispositivo de racialidade, branquitude e subalternidades	68
2.4 Dupla consciência, corpo-território e perfil-território	77
2.5 “Tornar-se negro”, aquilombamentos digitais e outros futuros possíveis	86
3- “CURTE, COMPARTILHA E COMENTA”: ENTRE OPRESSÕES INTERSECCIONAIS, MERCADO DA INFLUÊNCIA E PERFIS-TERRITÓRIOS	103
3.1 Mulheres negras: imagens de controle e autodefinição	103
3.2 - Mulheres negras e as opressões interseccionais	108
3.3 - Mulheres negras, mercado de trabalho brasileiro e vieses algorítmicos	118
3.4 - Quem te influencia?	130
3.5 - Mulheres negras e as particularidades dos perfis-territórios	147
4 – O PERFIL-TERRITÓRIO DAS INFLUENCIADORAS NEGRAS	155
4.1 A constelação como caminho metodológico	155
4.2 Construindo as coleções de imagens dos três perfis	164
4.3 Coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”	172
4.3.1 - Gráfico da coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”	205
4.4 - Coleção “Mulheres negras: margem e centro”	211
4.4.1 - Gráfico da coleção “Mulheres negras: margem e centro”	241
4.5 A construção de perfis-territórios	243
CONSIDERAÇÕES FINAIS	248
REFERÊNCIAS	257
ANEXO I - LEVANTAMENTO INICIAL DAS MATÉRIAS JORNALÍSTICAS	279
ANEXO II – LEVANTAMENTO DO ESTADO DA ARTE	280

PRÓLOGO

Sou Irina Coelho, mulher negra, piauiense, umbandista, vivendo no Norte do país por causa da aprovação em um concurso público, trabalhando e estudando, simultaneamente, durante a maior crise sanitária do planeta, a pandemia de Covid- 19. Tenho pais nordestinos, irmã defensora pública em São Paulo e uma avó (*in memorian*) que tirou oito filhos do interior do Maranhão para estudar em Teresina, capital do Piauí. Sou a terceira geração de mulheres da minha família que nunca teve escolha, a não ser se dedicar muito ao trabalho para conseguir o básico que é sobreviver de forma digna.

Apresentar-me é importante porque faço parte do universo de mulheres negras brasileiras que, dentro das suas particularidades, são construídas a partir da necessidade diária de se “reinventar” para permanecerem vivas. Aqui, a palavra reinventar está sendo utilizada no sentido genuíno, aquele que exige a construção de abordagens alternativas para lidar com os silenciamentos, inclusive acadêmicos, presentes nas múltiplas experiências de mulheres negras.

Este é um estudo alinhado aos pensamentos de bell hooks (2017), que parte da ideia que voz libertadora vai incomodar, confrontar e, sobretudo, exigir que os ouvintes alterem a maneira de ouvir e de ser. Por isso, é necessário ficar atento que quando falo, a partir dessa perspectiva sugerida pela autora, causo impacto, inclusive, em quem, inicialmente, quer nos escutar. A autora vai enfatizar que o momento em que vivemos é histórico, porque há um aumento no interesse da sociedade pelas palavras ditas por mulheres negras.

Especificamente, porque, no que se refere à produção do conhecimento científico, existem padrões que nos afastam daqueles que não são considerados a norma como construtores de saberes. O comum é sermos objetos de estudo, visto e analisados de forma objetiva e “neutra”, sem considerar nossas experiências. Portanto, enfatizo que muitos pontos discutidos nesta tese me tocam. Tocam, porque também sou uma mulher negra no mundo ocupando espaços que não se espera que uma pessoa negra ocupe.

Durante o processo de construção da pesquisa foi comum o autoquestionamento sobre a minha vontade de permanecer em um ambiente em que, o tempo inteiro, gera obstáculos para a permanência de pessoas semelhantes a mim. Depois entendi que as engrenagens são feitas exatamente para induzir à desistência. Fiquei. Fiquei pela minha

avó, por mim mesma, e pelos próximos, semelhantes a mim, que virão. Outro ponto doloroso foi perceber a falsa simetria existente entre quem pode falar dentro da academia e quem de fato será ouvido. Esse movimento explícito, e experienciado ao longo desses anos, me trouxeram sentimentos distintos que variaram entre o “se posicionar” em sala de aula, na esperança de que o problema fosse a falta de conhecimento de outras perspectivas e modos de ver o mundo, e o cansaço extremo em perceber que não adiantava falar, porque não seria ouvida. É exaustivo.

Posto isso, esta tese se afasta da ideia de que a produção de conhecimento é um espaço neutro e objetivo presente nos regimes dominantes de construção dos saberes, ao contrário, frequentar ambientes universitários é disputar lugares e perspectivas de enxergar o mundo o tempo inteiro. E é, justamente por isso, que devemos ocupar esses espaços. hooks (2017), ao descrever sua experiência durante a pós-graduação, relembra do medo de falar com professores brancos e a maneira como as hierarquias dentro das universidades fortalece e encoraja processos de dominação. Entretanto, diferente de estudantes brancos, no caso dos discentes negros e negras é mais comum que essa experiência evoque imagens de uma vida inteira de abusos baseado no exercício de dominação autoritária e coercitiva de outros campos da vida. A autora afirma:

Racismo e machismo, especialmente no nível de pós-graduação, moldam e influenciam tanto o desempenho acadêmico quanto a empregabilidade de mulheres negras acadêmicas [...] É por isso que penso ser importante mulheres negras no ensino superior escreverem e falarem sobre nossas experiências, sobre estratégias de sobrevivência (hooks, 2017, p.136).

Aproximo-me, por meio da escrita, das experiências orais, base das trocas negras, porque foi dessa forma que a maioria das mulheres negras repassaram os seus saberes. Escolher uma escrita de fácil acesso não é o mesmo que escolher simplificar os pensamentos que serão construídos aqui, ao contrário, é mais uma forma de resistir a essas barreiras "invisíveis". Caminho de mãos dadas também com Grada Kilomba (2019), que – ao tratar do entrelaçamento entre conhecimento, poder e autoridade racial – entende que a academia é um espaço branco e violento.

A autora aponta que pessoas negras experienciam realidades de maneira diferente de pessoas brancas, de forma que avaliam, questionam e interpretam essa realidade de maneira própria. Para Kilomba (2019), todos nós falamos de tempos e lugares específicos de modo que não há discursos neutros, objetivos ou universais. Há, ao invés disso, lugares dominantes e de poder: “Os discursos das intelectuais negras

surgem, então, frequentemente, como um discurso lírico e teórico que transgrida a linguagem do academicismo clássico” (Kilomba, 2019, p. 59).

Especificamente, sobre contexto acadêmico, a autora afirma que há uma necessidade urgente pautada em um trabalho de libertação. A academia não é entendida como um lugar em que os oprimidos se unem para falar sobre a saída da servidão, e o esforço coletivo de transformação. Ao contrário, a norma é baseada na construção de saberes em que o se aprende a viver a língua, os conhecimentos e a cultura do opressor, tornando o oprimido um espelho. hooks (2017) afirma que a libertação passa pela consciência crítica das mulheres negras, enquanto sujeitos que criam a possibilidade de novas configurações de poder e conhecimento: “Nós devemos antever a universidade como lugar central de luta onde podemos trabalhar para educar a consciência crítica baseada em uma pedagogia da libertação” (hook, 2017, p. 79). É a partir desse olhar, afastando-me da neutralidade absoluta da Ciência e considerando as experiências de mulheres negras como algo significativo que esta tese foi construída.

INTRODUÇÃO

Imagina um destino paradisíaco, sugiro Ilhas Maldivas, sul da Índia, lugar de acesso restrito com um oceano azul turquesa, bangalôs situados sobre a água cristalina, café da manhã farto e uma experiência exclusiva. Tudo isso vivido e transmitido em diferentes redes sociais de uma influenciadora digital que trabalha com viagens, moda e *lifestyle*. Agora, imagina o rosto da influenciadora. Você pensou em uma mulher branca, negra, amarela ou indígena? Cabelos lisos, encaracolados ou *black power*? O exercício de imaginação proposto para iniciar esta tese serve para observar as desigualdades na ocupação de determinados lugares por pessoas negras, e essa dinâmica pode ser feita a qualquer momento e em qualquer lugar: joalherias, escolas públicas e particulares, hospitais privados, shopping, universidades, fazendas, hotéis, cadeias, orfanatos e ambientes *on-line*. Olhe para o lado ou passe o *feed* das suas principais redes sociais e observe quais são os lugares que as pessoas negras ocupam.

Interessa-nos, portanto, olhar especificamente para as influenciadoras digitais negras brasileiras, porque elas fazem parte de um movimento de consolidação dos produtores de conteúdos em plataformas como *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, entre outras, em uma indústria de *marketing* de influência¹ que, de acordo com Relatório de Benchmark de Marketing de Influenciadores², em 2023, cresceu aproximadamente US\$ 21,1 bilhões. A profissionalização do setor levou não apenas ao aumento do número de influenciadores digitais, mas também à criação de agências de comunicação com foco em *marketing* de influenciadores (Campbell e Farrell, 2020). De fato, é um fenômeno comunicacional em que as marcas encontraram, nas plataformas de mídias sociais, uma possibilidade de ampliação dos seus negócios e de comunicação com o público, e os influenciadores, especialistas em criar conteúdo, aparecem como uma boa oportunidade para ampliar esse alcance. Temos, então, na última década, o crescimento de um mercado que atrai investimentos na casa dos bilhões, muda frequentemente e tem grande possibilidade de ampliação.

Karhawi (2021) explica que a profissionalização significa compreender a atividade como negócios, marcas e produtos intimamente ligados com lógicas de

¹ O mercado de influência digital refere-se ao setor da indústria que envolve influenciadores de mídia social que têm uma base significativa de seguidores em plataformas como Instagram, YouTube, TikTok, entre outras (De Veirman et al, 2017; Evans et al, 2017; Pophal, 2016).

² Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>. Acesso: 24 de janeiro 2024

monetização em contexto de plataforma. Esta tese entende a influência digital como uma prática profissional ligada a comunicação (Karhawi, 2021; Primo et al, 2021), cujas marcas compensam as profissionais com dinheiro, produtos, serviços ou experiências. Para isso, há a manutenção de perfis em plataformas on-line em que visibilidade, reputação, popularidade e autoridade são pontos chave para a obtenção de capital social relacional (Recuero, 2009).

Recuero (2009) descreve a rede como um conjunto de atores sociais interligados, onde a visibilidade está diretamente relacionada às métricas quantitativas, permitindo que os indivíduos se destaquem mais na rede e influenciem o capital social resultante de suas atividades. Por outro lado, a reputação é a imagem percebida pelos outros membros da rede e está intrinsecamente ligada às informações sobre nossa identidade e opiniões. Ela serve de base para a formação das impressões online e está mais relacionada aos valores transmitidos do que apenas ao número de seguidores. A popularidade engloba tanto o alcance, quanto a posição de um indivíduo dentro da rede social. Isso permite visualizar as conexões e referências de um determinado perfil. Por último, a autoridade refere-se ao poder de influenciar a conversa dentro da rede social, e de gerar discussões com base no que é comunicado. Essa autoridade está associada ao capital social relacional construído, geralmente em torno de um tema ou assunto específico:

Consideramos o capital social como um conjunto de recursos de um determinado grupo (recursos variados e dependentes de sua função, como afirma Coleman) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade (de acordo com Putnam). Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu) e é determinado pelo conteúdo (RECUERO, 2009, p. 50)

Tais elementos, segundo a autora, além de definir o capital social relacional dos atores, também funcionam para a construção da própria rede. São relações que ocorrem em sistemas dinâmicos, emergentes, que envolvem o aparecimento de padrões de comportamento, em larga escala, sujeitos à agregação, ordem, desagregação, caos e rupturas. É nesse contexto que as influenciadoras digitais negras estão inseridas.

Entretanto, de acordo com a pesquisa “Black Influencer: Um retrato dos creators pretos do Brasil”³, publicada em 2020, os influenciadores negros brasileiros têm menor participação em campanhas publicitárias e ganham, por postagem, em média, 12% a

³Realizada por Black Influence, Site Mundo Negro, YOUPIX, Squid e Sharp. Disponível em: <https://medium.youpix.com.br/black-influence-um-retrato-dos-creators-pretos-do-brasil-1ae226bc9979>
Acesso em 25 de abril de 2024.

menos, se comparado aos ganhos de pessoas brancas, mesmo possuindo base e engajamento semelhantes. Com resultados similares, o estudo *Creators & Negócios*⁴, em 2023, fez o mapeamento e a análise dos movimentos e articulações que sustentam o mercado de criadores de conteúdo no Brasil, e concluiu que a maioria do grupo é de pessoas brancas (66%), sendo que 69% são mulheres, com 16% de mulheres pretas, 15% pardas, 2% amarelas e 1% indígena. Os indicadores numéricos apresentados acima nos servem de base para pensarmos nas particularidades que envolvem a presença das mulheres negras no mercado de *marketing* de influência brasileiro, que é predominantemente branco e abarca não somente demandas comerciais, mas também sociais. São mulheres que fazem parte de um grupo, historicamente, marcado por um passado traumático no Brasil.

“Cabelo ruim. Cara de empregada. Nega maluca. Coisa de preto. Essas são algumas palavras e expressões diretamente ligadas às pessoas negras no Brasil. A pergunta que motivou o início do meu trabalho foi: será que tem alguma forma de a gente conseguir mudar isso?” As frases entre aspas foram ditas pela influenciadora negra Gabi de Oliveira (@gabidepretas), referente ao *feedback* de algumas pessoas nas suas publicações online. Decidimos colocar uma lupa nos números das pesquisas socioeconômicas brasileiras para refletirmos sobre o que é ocupar um ambiente predominante branco, como é o da influência digital, sendo uma mulher negra. Lembra do exercício de imaginação proposto no início desta tese?

Agora que você já abriu seu Instagram, passou o seu *feed*, vá até as pessoas que você segue. Lá, faça um cálculo simples de proporcionalidade sobre a quantidade de pessoas que você segue e veja quantas delas são negras. É proporcional? Quantos negros fazem parte do seu círculo de amizades entre famosos, influenciadores e anônimos? E quantos são pessoas brancas? Farei um último pedido: releia devagar, pausadamente, a citação de Gabi de Oliveira (@gabidepretas), transcrito acima. O trecho, além de nos colocar de frente com a realidade brasileira, nos convida também a pensarmos formas, enquanto sociedade, de modificar esse cenário. Esta tese nasce nesse contexto.

⁴ Realizada por Brunch e a YOUPIX. 2023. Disponível em: <https://tag.youpix.com.br/creators-amp-negocios-2023-download> Acesso em: 24 de janeiro de 2024.

Segundo os dados do Boletim das Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil⁵, divulgado pelo Instituto Brasileiro Geografia e Estatística (IBGE), em 2022, pessoas pretas e pardas continuavam com menor acesso à educação, emprego, saneamento e segurança. As taxas de pobreza de pretos e pardos (calculadas considerando a linha de US\$5,50 diários, ou de R\$ 486 mensais *per capita*) são aproximadamente duas vezes maiores que as dos brancos, com os percentuais entre os pretos de 34,5%, os pardos de 38,4% e 18,6% entre os brancos. Na linha da extrema pobreza (US\$1,90 diários ou R\$ 168 mensais *per capita*), as taxas foram 5,0% para brancos, 9,0% dos pretos e 11,4% dos pardos. Os números seguem semelhantes quando as temáticas abordadas são moradia e mercado de trabalho. Segundo a pesquisa encomendada pelo Google⁶, realizada em 2019, em parceria com o Instituto Datafolha e a Mindset-WGSN, sobre a realidade da população negra no Brasil, as maiores urgências apontadas pelos negros são: inclusão no mercado de trabalho, racismo institucional e estrutural, feminismo negro, genocídio e políticas afirmativas. Os participantes consideram que o trabalho, a partir da perspectiva étnico-racial, é muito menos discutido pelo restante da população brasileira do que deveria ser.

De acordo com o IBGE, em 2021, o rendimento médio para os ocupados pretos era de R\$10,9/h, pardos R\$11,3/h, mas os brancos eram de R\$19,0/h por hora. As diferenças por cor ou raça permanecem, quando o estudo aponta que os rendimentos são maiores entre aqueles que têm maiores níveis de instrução. As pessoas brancas com ensino superior completo ou mais ganharam em média 50% a mais do que as pretas, e cerca de 40% a mais do que as pardas. As assimetrias continuam quando os assuntos são cargos de gerência e renda mais elevada. Juntos, em 2021, os ocupados pretos ou pardos eram maioria (53,8%) no mercado de trabalho, mas estavam em somente 29,5% dos cargos gerenciais, enquanto os brancos ocupavam 69,0% deles. No que se refere aos rendimentos mais elevados, somente 14,6% dos ocupantes desses cargos eram pretos ou pardos, enquanto entre os brancos essa proporção era de 84,4%.

⁵ Analisa as desigualdades entre brancos, pretos, pardos, amarelos e indígenas em cinco temas: trabalho, distribuição de renda, moradia, educação, violência e representação política.

⁶ O mapeamento foi realizado a partir de pesquisa qualitativa e quantitativa com pessoas negras. Foram ouvidos especialistas, pessoas negras dos mais variados perfis e criadores do YouTube com canais relacionados à pauta. Já na pesquisa quantitativa, homens e mulheres autodeclarados pardos e pretos com variações de região, idade e classe social apontaram o nível de urgência percebido de cada uma dessas pautas. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/futuro-do-marketing/gestao-e-cultura-organizacional/diversidade-e-inclusao/as-5-maiores-urgencias-da-populacao-negra-e-o-que-voce-pode-fazer-diferente-em-2020/>. Acesso em: 25 de abril de 2022

O pertencimento étnico-racial é investigado, segundo o IBGE, respeitando o critério de autoidentificação e considera o conceito de “raça” como uma categoria socialmente construída na interação social e não como um conceito biológico. Já o conceito de negro é definido pelo Estatuto da Igualdade Racial como: o conjunto de pessoas que se autodeclaram pretas e pardas, conforme o quesito cor ou raça usado pelo IBGE, ou que adotam autodefinição análoga. Mas como olhar para esses resultados quantitativos dos indicadores socioeconômicos, que comumente colocam os negros à margem da sociedade, a partir de uma perspectiva comunicacional, e que inclui as influenciadoras digitais negras?

Parte-se da ideia de que o campo da Comunicação é plural, aberto para novos assuntos e teorias que cruzam várias disciplinas (Antropologia, Sociologia, Filosofia, entre outras), além de estudar uma quantidade considerável de temas que utilizam ideias e métodos de outras áreas do saber. Segundo Martino (2018), as pesquisas em Comunicação transitam entre entender os meios de comunicação, a partir de suas características e/ou relações com a sociedade, considerando produção, circulação e recepção das mensagens e as interações mediadas, ou olhar para as interações e relações simbólicas estabelecidas entre os indivíduos, grupos e sociedade. Interessa-nos as construções epistemológicas e metodológicas que contemplam debates sobre os impactos simbólicos e culturais dos meios de comunicação na sociedade, entendendo-os como práticas e relações que constituem a vida cotidiana.

Sodré (2019) considera que o sistema midiático se constitui e é constituído pela forma de organização social que evidencia o encontro entre corpos e discursos, e não somente pela mídia, redes e algoritmos. Para o autor, a comunicação é entendida como um modo de organização e reorganização do mundo e da consciência, e se faz como um dispositivo ético-político para abranger e reorganizar o *comum* como laço coesivo da comunidade. Segundo o pesquisador, a midiaticização, enquanto ambiência que influencia os sentidos, está no centro de um “sistema de inteligibilidade” nomeado de “bios midiático”. Esse último não é o meio de comunicação em si, mas algo maior, proveniente da velocidade de circulação e temporalidade proporcionada pela mídia, que ganha relevância no espaço social e que se consolida na construção do *comum*:

A temporalidade se acelera, criando efeitos de simultaneidade e sensações de imediatismo dos acontecimentos. O efeito SIG (simultaneidade, instantaneidade e globalidade) já está definitivamente inscrito na temporalidade cotidiana abolindo todas as distâncias espaciais pela prevalência do tempo (Sodré, 2019, p.115).

Em último efeito, a mídia é capaz de modificar valores de forma cada vez mais rápida e essa é uma perspectiva que entende que, para que a comunicação aconteça, é essencial que haja: comunidade, vinculação e *comum*. Para explicar isso, Sodré (2019) distingue, epistemologicamente, *comum* de comunidade, entendendo, a partir da concepção heideggeriana do Dasein, o comum como “uma disposição ontológica originária inerente à filogênese e à ontogênese do ser humano” (Sodré, 2019, p.209), enquanto comunidade é “algo em que sempre estamos, na medida em que sempre nos comunicamos, no interior da distribuição dos lugares e das identificações constitutivas dos laços coesivos” (Sodré, 2019, p. 209). Em outras palavras, a comunidade é o espaço simbólico onde acontece a comunicação para além do código e pode existir de diversas maneiras como as comunidades política, comunidades científicas, comunidades jurídicas, comunidades artísticas, entre outras. Em cada uma delas instaura um novo *comum*.

Tudo isso, ainda segundo o autor, é mantido pela vinculação que funciona como laços de dimensões afetivas e dialógicas de um grupo, promovendo a reciprocidade comunicacional entre seus indivíduos sem se restringir à atividade midiática. O vínculo consolida um *comum*, responsável por manter uma comunidade viva e, ao mesmo tempo, é concreto na medida em sua imaterialidade pode ser compartilhada e sua existência pode ser sentida. Sodré (2019) vai além e entende o *comum* como um centro evolutivo da comunicação que flana entre o mercado, administrado pelas grandes corporações, e a riqueza simbólica no interior da comunidade. Há, aqui, uma disputa em compreender e dominar o *comum*.

Sodré (2016) sugere, como caminho para esse entendimento, a utilização da dimensão do sensível, tanto no âmbito das relações interpessoais quanto nas relações de mídia. O objetivo é colocar foco nas diferenças decorrentes de um ajustamento afetivo entre partes diferentes existentes dentro de vínculos sociais:

As relações de família, as relações amorosas, as relações de afeto, as relações de amizade, as relações de piedade, de compaixão são relações para mim vinculativas, são elas que trazem o interior para fora e fazem com que o que se encontra fora modifique também o interior. São as relações que mexem com a forma social (Sodré, 2019, p.881).

Em termos mais práticos, é um percurso teórico que privilegia o afetivo, justamente porque as ideias que entendem a comunicação e a mídia apenas como

transmissão de mensagens limitam-se a interações mecânicas sem abarcar a diversidade da natureza das trocas. É uma perspectiva que sugere a necessidade de olhar além dos conteúdos das mensagens para valorizar as subjetividades e historicidades de cada um, de modo que se considera os sujeitos cercados por uma cultura construída em um passado que ultrapassa a própria compreensão dele mesmo. O autor afasta-se dos conceitos que separam razão e emoção em campos opostos, para “reconhecer a potência emancipatória contida na ilusão, na emoção do riso e no sentimento da ironia, mas também na imaginação, requisito indispensável do "capital humano" compatível com as formas flexíveis do novo capitalismo” (Sodré, 2016, p. 13). A ressalva é com os riscos de conversão de toda a vida em emoções controláveis, e na instrumentalização e manipulação dos afetos pelas mídias. Soma-se a isso, a plataformização e a monetarização da produção cultural (Nieborg, Poell, 2018; Poell et al, 2022).

É nesse contexto, em que o *comum* é entendido a partir de dimensões afetivas e dialógicas de um grupo, que olhamos para as mulheres negras brasileiras. A escolha dessa perspectiva comunicacional é fundamentada na necessidade de pensar alternativas para determinados modelos epistemológicos que hierarquizam o saber e promovem apagamentos e silenciamentos. Sueli Carneiro (2005) vai denominar de epistemicídio essa prática de dominação ocidental que compromete o pensamento do outro e os saberes tradicionais. Há silenciamentos epistemológicos como *modus operandi*, e não é somente a anulação e/ou desqualificação do conhecimento dos povos não europeus, mas um processo persistente de produção da indulgência cultural⁷. Segundo a autora, é uma desqualificação, individual e coletiva, que age pela negação da racionalidade do Outro, ou pela assimilação cultural que é imposta:

O epistemicídio fere de morte a racionalidade do subjugado ou a seqüestra, mutila a capacidade de aprender etc. É uma forma de sequestro da razão em duplo sentido: pela negação da racionalidade do Outro ou pela assimilação cultural que em outros casos lhe é imposta. Sendo, pois, um processo persistente de produção da inferioridade intelectual ou da negação da possibilidade de realizar as capacidades intelectuais, o epistemicídio nas suas vinculações com as racialidades realiza, sobre seres humanos instituídos como diferentes e inferiores constitui, uma tecnologia que integra o dispositivo de racialidade/biopoder, e que tem por característica específica compartilhar características tanto do dispositivo quanto do biopoder, a saber, disciplinar/ normalizar e matar ou anular. (Carneiro, 2005, p 98)

⁷Sueli Carneiro (2005, p.97) entende como indulgência cultural a “negação ao acesso à educação, sobretudo de qualidade; pela produção da inferiorização intelectual; pelos diferentes mecanismos de deslegitimação do negro como portador e produtor de conhecimento e de rebaixamento da capacidade cognitiva pela carência material e/ou pelo comprometimento da autoestima pelos processos de discriminação correntes no processo educativo”.

O conceito acima carrega uma concepção epistemológica voltada para a produção e reprodução do conhecimento, colocando as desigualdades raciais no centro das questões referentes ao sistema educacional. O conhecimento formal é entendido como reprodutor de perspectivas sociais ditadas pelas elites intelectuais, políticas e econômicas do país, de modo que existe, por meio da repetição sistemática, a internalização de paradigmas que instituíram e naturalizaram uma consciência de superioridade e asseguram privilégios dentro de uma estrutura social hierarquizada com parâmetros raciais, gênero e de classe. A produção de conhecimento e a Educação tornam-se elementos estratégicos dentro das dinâmicas sociais em um país como o nosso.

Considerando isso, olha-se para os debates públicos brasileiros acerca das relações étnico-raciais e as consequências do período da escravidão, e observa-se que são questões frequentemente negadas e silenciadas, mesmo esse sendo um tema de interesse nacional (Ianni, 1980; Ortiz, 1985; Guimarães, 1999, 1999a; Motta, 2000; Telles, 1992, 2014). Um dos exemplos disso foi o discurso feito pelo presidente da República, em 1988, José Sarney, em alusão ao Centenário da Abolição. Na ocasião, Sarney enfatizou que a forma, sem conflito, como ocorreu a proclamação da abolição no Brasil era exemplar:

A Abolição é também um exemplo. Foi feita sem guerras nem conflitos. O que em outros países dilacerou e dividiu, aqui foi convergência, conagraçamento, união de vontades, entendimento e unidade. E sem dúvida a maior página da história do Brasil.⁸

Temos, aqui, a visão institucional, a partir de um discurso presidencial e de envergadura nacional, que invisibiliza as discussões que abordam as responsabilizações e consequências desse período para o nosso país e, sobretudo, para a população negra.

Cardoso (2022) destaca que em nossa primeira Constituinte, de 1822 e 1823, José Bonifácio⁹ apresentou um documento oficial que traz no seu cerne a diferença entre o que é ser escravo e a cor do escravo. Naquele documento, Cardoso (2022) lembra que Bonifácio já tinha nomeado de “mancha indelével” (que não se apaga) o que os negros

⁸ Disponível em: Jornal Correio Braziliense do dia 14 de maio de 1988: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/436857/PS1988%20-%200688.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso: 17 de janeiro de 2024.

⁹ José Bonifácio foi uma figura importante no processo de Independência do Brasil (7 de setembro de 1822) como ministro do príncipe D. Pedro. Orientou e aconselhou D. Pedro nos momentos que antecederam a independência do nosso país.

representavam ao país. O autor destaca que este é o estigma que pesa sobre a pele e a população negra brasileira até hoje, porque, mesmo com o fim da escravatura, a estigmatização do negro foi institucionalizada, sobretudo, quando a Constituição previu o direito de voto a quem tivesse determinada renda anual, exceto para os negros. Isso, em último grau, significava que, mesmo os negros apresentando renda capaz de votar, a cor da pele não assegurava sua cidadania e seus direitos políticos. O Império nasceu assegurando a subcidadania aos negros que, mesmo libertos, estavam diante de uma hierarquização baseada na cor da pele. Para Cardoso (2022), na nossa sociedade, a condição de existência do negro sempre foi criminosa, e existir sob um estigma desse porte, até hoje, reduz as chances de vida.

Com pensamento semelhante, Sodré (2019) considera o corpo como um espaço de diálogo com outros lugares em que as questões raciais atravessam a sociedade brasileira, e colocam os negros como cidadãos de segunda classe. O autor afasta-se do entendimento de que apenas a questão econômica é vista como central nas relações sociais brasileiras, e nomeia de “forma social escravista” a maneira como a nossa sociedade se configura por dentro e por fora: “a ideia da forma social abrange uma visão sobre a interioridade das pessoas: como é que se pode compreender o outro, como é que se pode ver o outro. Você se relaciona com o outro a partir das suas fantasias, seus desejos e seus afetos” (Sodré, 2019, p.879). Essa é uma perspectiva sociológica compreensiva que entende que o fim da escravidão foi apenas jurídico-política, mas não houve abolição na forma social brasileira, de modo que no nosso país as pessoas seguem repelindo sujeitos de pele escura baseado na ideia de excelência eugênica, fruto do pacto das elites que fundou o Império e a República, e em associação aos ideais europeus. Em última consequência, esses pactos invisíveis, que fundamentam nossa sociedade, matam.

A Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) 2019 revelou que 18,3% das pessoas – com 18 anos ou mais – sofreram violência física, psicológica ou sexual nos 12 meses que antecederam as entrevistas. Dessas, 20,6% delas são pessoas pretas, ante 19,3% dos pardos e 16,6% dos brancos. Ao olharmos para o gênero, a violência atinge mais as mulheres (19,4%), em especial, as mulheres pretas (21,3%). Os números seguem no mesmo sentido quando o tema é homicídio. Entre 2019 e 2020, segundo o Sistema de Informação de Mortalidade (SIM), do Ministério da Saúde, o número de homicídios no país cresceu 9,6%. Em 2020, foram 49,9 mil homicídios, ou 23,6 mortes por 100 mil habitantes. Entre as pessoas pardas, a taxa foi de 34,1 mortes por 100 mil habitantes, o

triplo da observada entre os brancos (11,5 mil mortes por 100 mil habitantes). Entre as pessoas pretas, a taxa foi de 21,9.

Em contrapartida, segundo o Censo Agropecuário 2017, quase 80% dos proprietários de estabelecimentos com mais de 10 mil hectares são brancos. Nos estabelecimentos agropecuários, onde o produtor era proprietário, quase metade (48,0%) deles eram brancos, enquanto 42,7% eram pardos e 7,9% eram pretos. Quando o produtor não era proprietário, brancos eram 34,5% deles, enquanto pardos (52,1%) e pretos (10,5%) tinham representação maior. No que diz respeito ao tamanho das propriedades, os proprietários pretos (13,7%) e pardos (58,0%), somados, são ampla maioria entre aqueles que têm estabelecimento com menos de um hectare. Já entre os proprietários de estabelecimentos com mais de 10 mil hectares, os brancos representavam 79,1% ante 17,4% dos pardos e 1,6% dos pretos.

Sodré (2019) nomeia de vantagem patrimonial os benefícios, em diversos aspectos da vida, que pessoas brancas têm, se comparado com as negras, deixando explícito que a vida pode ser mais difícil para determinados grupos se considerarmos que não houve a abolição da forma social escravista. Segundo o autor, a questão étnico-racial integra as repulsões e aproximações nas relações sociais construídas no Brasil, em que a supremacia branca é o padrão de domínio étnico-ocidental, considerado central e absoluto, e incorporado pelas elites brasileiras, sendo que o racismo faz parte desta equação como mecanismo de manutenção social. Para o autor, o racismo é um mal-estar civilizatório do Ocidente e pode ser tanto de segregação (como base a violência física e na força) e/ou de dominação (feito de forma sutil, por meio de julgamentos negativos e que dão continuidade aos diferentes tipos de violências).

O tema é aprofundado por Munanga (2010), ao afirmar que no Brasil não assumimos os nossos racismos. Segundo o pesquisador, não bastam as leis, repressão e punição coercitiva para lidar com o racismo, porque o brasileiro não aceita/assume que é preconceituoso. Adjetivos como moreno(a) servem para aproximar as pessoas negras do estereótipo ideal branco e como critério de passabilidade: “Existe realmente um racismo no Brasil, diferenciado daquele praticado na África do Sul durante o regime do *apartheid*, diferente também do racismo praticado nos EUA, principalmente no Sul. Porque nosso racismo é, utilizando uma palavra bem conhecida, sutil. Ele é velado” (Munanga, 2010, s/p). Aqui, não se identifica o opressor, entretanto o fato de ser encoberto não quer dizer que não faça vítimas.

O preconceito, a discriminação e o racismo colocam a população negra brasileira de forma subalterna na sociedade. Gevanilda Santos e Maria Palmira da Silva (2005) refletem sobre a naturalização da posição subalterna dos negros, que não consideram as desigualdades de condição social imposta desde o processo de colonização a este segmento populacional, e concluem que uma das consequências é o não reconhecimento no cotidiano institucional de políticas públicas que superem o racismo: “A naturalidade ou a despreocupação com os efeitos sociais do racismo explica a cultura política de negação do racismo, muito embora de forma geral os brasileiros reconheçam que algo impede a mobilidade ascendente da população negra” (Santos, Silva, 2005, p.12). Em outras palavras, um dos maiores desafios daqueles que lutam contra o racismo no Brasil é “convencer” a sociedade brasileira do caráter sistemático e não-casual dessas desigualdades, que são reproduzidas no cotidiano dentro das empresas públicas e privadas, instituições da ordem pública (como a polícia e os sistemas judiciário e correcional), instituições educacionais e de saúde.

Após mais de 130 anos de abolição, é importante pensarmos os porquês de a mobilidade social do negro ser diferente dos demais imigrantes que vieram para o Brasil. Temos descendentes de europeus, asiáticos, entre outros – com tempo semelhante e/ou inferior de migração –, que tiveram uma maior mobilidade social, mesmo o negro sendo a mão de obra fundamental no período colonial, imperial e republicano para a construção do nosso país. Neste ponto, para Munanga (2010), é fundamental pensarmos que há uma perpetuação de violências que variam entre a física – punida mais facilmente pelo ordenamento jurídico –, e a simbólica. Essa última, é mais difícil de ser comprovada, mas ocorre, diariamente, e em várias instâncias da nossa sociedade. Assim, a mobilidade social é bloqueada pelo preconceito e pela discriminação racial. O autor explica que o processo de colonização, baseado na escravidão, nega a um grupo específico de pessoas a sua humanidade, e o processo de recuperação passa por assumir seu corpo, historicamente, recusado e desumanizado.

Na mesma linha de pensamento, Neusa Santos Souza (2021) argumenta que o racismo brasileiro se torna obstáculo ao avanço do povo negro, e moldam as perspectivas de ascensão social, porque lida com barreiras sutis, nunca verbalizadas. São mecanismos presentes nas relações sociais que disfarçam, ocultam e sutilmente legitimam a raça branca como universal, porque voltam-se apenas para ela como única face visível e possível. No caso das mulheres negras, as desigualdades e o acesso a bens e a serviços básicos, necessários ao bem-estar, se manifestam ainda mais à margem e

nos mais diferentes espaços da sociedade (educação, mercado de trabalho, moradia, renda, saúde, entre outras), sendo potencializados pelo machismo e sexismo.

Sueli Carneiro (2020), ao falar de gênero e raça no Brasil, afirma que é possível perceber o duplo preconceito que a mulher negra sofre em situações que vão desde críticas ao cabelo e aos traços, tendo como base o ideal de beleza branca, passando pelo trabalho invisível do cuidado, pela apropriação sexual das mulheres, até incluir a dificuldade de adentrar ao mercado de trabalho formal. São situações específicas, vividas apenas por mulheres negras, que abalam seu emocional, seu psicológico, seu físico e, até mesmo, insere a vítima numa situação de risco de vida. Para a autora, a “coisificação” que os negros em geral sofreram no nosso país atingem as mulheres de forma particular, sobretudo, por causa da forma que a apropriação sexual ao corpo feminino negro ocorreu no nosso país. O estupro colonial, perpetrado pelos senhores brancos portugueses, e romantizado na construção da nossa identidade nacional, faz parte das hierarquias sociais brasileiras e do pensamento social brasileiro. Temos, então, que essas estruturas sustentam e contribuem para a manutenção da supremacia branca (Bento, 2022; Schucman, 2022; Collins, 2019; Daniels, 2009; Leonard, 2009; Noble, 2022; Brock, 2012).

Questionar esse pensamento, que inclui a assimilação do povo negro, por meio de aproximação com a cultura europeia, parte da necessidade de uma luta comum e requer uma compreensão que foi negada pelos colonizadores por meio da língua, do controle exclusivo dos recursos econômicos, das instituições educativas e culturais. É nesse contexto, em que o racismo e o sexismo se revelam constitutivos, que as influenciadoras digitais negras estão inseridas. Recuero (2009) explica que as dinâmicas das redes sociais são construídas coletivamente, e que têm origem na apropriação das ferramentas e nas interações entre os atores em que cooperação, competição, conflito, rupturas e agregações aumentem significativamente suas conexões sociais. A ressalva, segundo a autora, é que essas conexões não são iguais às offline na medida em que elas são mantidas pelo sistema e não apenas pelas interações: “Portanto, os sites de redes sociais amplificam a expressão da rede social e a conectividade dos grupos sociais” (Recuero, 2009, p. 108).

Posto isso, e na tentativa de explicar os agrupamentos sociais online, entende-se que a construção de capital social é também consequência da apropriação social das ferramentas online, em que há diferentes níveis como o mais básico, voltado aos indivíduos, típico das redes de filiação; e em um nível mais avançado e amplo, referente

a um grupo social, que demanda maior investimento e maior contato entre os atores sociais e trazem consigo valores de grupo. Conforme Recuero (2009, p.138), “quanto mais parecidos e mais interesses em comum tiverem os atores sociais, maior a possibilidade de formar grupos coesos com característica de comunidades”.

Para a autora, as relações estabelecidas por grupos nas redes sociais não poderiam ser percebidas sem que se levasse em conta a interação social, o espaço online, o capital social, a estrutura e o pertencimento. Outro ponto significativo são os valores sociais e simbólicos, que também fundamentam as conexões online mesmo com a multiplicidade de ferramentas que suportam essas interações, e com o fato de permitirem que as interações permaneçam depois de desconectadas. Dito isso, esta tese olha para as influenciadoras digitais negras, considerando que a maioria das produções artísticas, filosóficas, teóricas e comunicacionais contemporâneas são reflexos de uma centralidade europeia que ajudou a consolidar o domínio cultural e civilizatório ocidental.

1.1 Das definições da tese

Delimitar o ponto de partida é fundamental para abordar as diferentes formas em que as influenciadoras digitais negras estão inseridas neste mercado de trabalho contemporâneo, predominantemente branco, que apresenta características particulares e dinâmicas específicas, além de ser permeado pela experiência de vida de pessoas racializadas. Trata-se de um mercado em que a reputação e a autoridade construídas online encontram centralidade nas trocas sociais, e não é algo inerente à presença online.

A partir disso, o **problema de pesquisa** que norteia este trabalho é: Quais são as estratégias, em última análise de sobrevivência, utilizadas por mulheres negras não só para manter-se nesses espaços online, mas também transformá-las em lugares de resistência capazes de produzir desvios sociais, considerando que são pessoas que carregam uma herança de discriminação ou exclusão social e que ocupam espaços predominantemente brancos já demarcados?

De acordo com Recuero (2009), o capital social relacional construído online é percebido pelos indivíduos por meio da mediação simbólica da interação e de sua integração às estruturas sociais, podendo ser acumulado pelo aprofundamento de um

laço social e sentimento de grupo. Para pensar sobre essas questões, escolhemos usar as lentes do feminismo negro, com sua contribuição teórico-analítica, que se volta para olhar a combinação das opressões como raça, classe, gênero e sexualidades como sistemas de intersecção de poder. Isso porque, falar sobre as experiências e vivências de mulheres, é acolher uma diversidade de vozes que, coletivamente, constroem pontos de vista diversos, dinâmicos. E isso é intensificado quando há uma perspectiva étnico-racial, sobretudo, porque, historicamente, no movimento feminista existiu o apagamento das mulheres negras enquanto sujeitos políticos (Davis, 2016; hooks, 2019a; González, 2020; Carneiro, 2003).

O feminismo negro, a partir do funcionamento concreto na vida das mulheres negras, faz um debate sócio-político que nos leva a pensar em outras possibilidades de existências, políticas emancipatórias e na sociedade que desejamos e queremos. O feminismo negro é uma teoria social crítica, com origem nos movimentos sociais e fundamentada na liberdade, equidade e justiça social, e que considera raça, classe, gênero e sexualidade como sistemas de opressões que se retroalimentam, e que organizam formas de dominações. Por isso, esses aspectos não podem ser pensados de forma isolada, ao contrário, devem ser entendidos de modo indissociável e sem haver hierarquização de opressões.

Há, aqui, o rompimento com a ideia essencialista, que colocava todas as mulheres como uma “categoria” única, comum no feminismo branco, e com a aproximação a valores que pensam a construção coletiva a partir das diferentes experiências de mulheres negras, tendo as noções de interseccionalidade¹⁰ e a reflexão sobre dominação como base, e a transformação social e o bem-estar coletivo como compromissos (Collins, 2019; Collins e Bilge, 2021; Davis, 2016; Lorde 2020; González, 2020; Moreira, 2022). Como pensamento social complexo, o feminismo negro trata das contribuições sociais, políticas e culturais das mulheres, ao mesmo tempo em que rompe com a invisibilidade intelectual das mulheres negras de forma ativa.

Nubia Moreira (2022), ao traçar um paralelo entre o feminismo negro norte-americano e o brasileiro, por meio dos pensamentos de Ângela Davis e Lélia González

¹⁰Várias feministas negras já se utilizaram de uma análise interseccional para enxergar o mundo dentro dos movimentos sociais, mas o conceito de interseccionalidade, para fins acadêmicos e nomeando essas interseções de desigualdades, foi cunhado em 1989, por Kimberlé Crenshaw, em seus estudos voltados para a área jurídica e dentro da Teoria Crítica de Raça (TCR).

– mesmo as duas autoras apresentando bases teóricas distintas¹¹ –, entende que as *ideias de libertação* (como dimensão política emancipatória que une teoria e prática) e a *diáspora africana* (que condensa as ideias de dispersão e experiências coletivas compartilhadas dos negros, mesmo vivendo em territórios nacionais distintos) são eixos básicos comuns dessa corrente de pensamento. Por diáspora, entende-se os pontos de inflexão fluidos e sempre em movimento que os negros de ascendência africana foram obrigados a fazer para manter a integridade em diferentes territórios nacionais, sobretudo em função do processo de colonização europeu e do tráfico de escravos. Na perspectiva diaspórica, o mundo social é entendido como espaços de trânsito, contraditório e de trocas em que projetos políticos e teóricos alternativos aos dominantes podem emergir:

A diáspora é um conceito que ativamente perturba a mecânica cultural e histórica do pertencimento. Uma vez que a simples sequência dos laços explicativos entre lugar, posição e consciência é rompida, o poder fundamental do território para determinar a identidade pode também ser rompido (Gilroy, 2012, p. 18).

Paul Gilroy (2012) pensa o espaço social e o sujeito de forma desvinculada ao conceito de estado-nação para refletir sobre as formas como os deslocamentos territoriais impostos pela diáspora aos negros tornaram-se projetos emancipatórios como a música, cinema, arte circulam entre África, Caribe, Américas e Europa. Soma-se a isso, o fato de esta tese olhar, especificamente, para as influenciadoras digitais negras que estabelecem trocas, por meio das plataformas; desse modo, em alguma medida, elas também estão desvinculadas das ideias de territorialidade.

Posto isso, a **hipótese desta tese** é que as influenciadoras digitais negras constroem suas páginas online a partir do que nomeamos de perfis-territórios. Trata-se de espaços paradoxais que flutuam entre a possibilidade de assimilação, por pertencerem a ambientes laborais predominantemente brancos e comerciais, e também entre existências resistências e, em último grau, como espaços de aquilombamentos online, considerando a ideia de corpo-território negro em perspectiva diaspórica. Considera-se que essas são trocas sociais em que a marca pessoal é fator de influência e destaque, ultrapassando o conceito de representatividade que, apesar de relevante, não é suficiente para aprofundar as questões étnico-raciais brasileiras relacionadas à ocupação de espaços sociais e alianças emancipatórias.

¹¹ Davis, com uma formação marxista-leninista, e González, com diálogo intenso com a psicanálise e o pan-africanismo.

É da intersecção entre a noção de dupla consciência (Du Bois, 2021), do entendimento do corpo negro como um fenômeno social e cultural (De Mello, 2023), do dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023), da percepção da corporalidade nas trocas sociais (Haesbart, 2004; Mafessoli, 2001, Quijano, 2010) e do conceito de corpo-território (Gago, 2020) que propomos pensar os perfis das influenciadoras digitais negras também pela perspectiva de territórios. Aqui, denominados perfis-territórios. Entendemos que não tem como separar, por mais que as interações sejam online, a experiência de ser negra em uma sociedade predominantemente branca das perspectivas e expectativas conflitantes em que o corpo negro é historicamente construído como um símbolo de inferioridade, desumanização e exploração em muitas sociedades.

Aqui, abre-se um parêntese para detalharmos o que este trabalho entende por aquilombamento online e, para isso, reflete-se sobre a ideia de ‘passividade’ dos negros no Brasil. Clóvis Moura (2020) contesta a versão oficial da história brasileira e volta-se para as formas de rebeldias, guerrilhas e revoltas construídas por negros e negras para destruição do escravismo colonial. São apresentados como forma de resistências os assassinatos dos senhores, dos feitores, dos capitães do mato, o suicídio, as fugas individuais, as insurreições urbanas e a quilombagem. O autor afirma que existiram quilombos em todas as regiões do país,¹² cujo objetivo era acolher oprimidos da exploração, violência colonial e sistema escravista, além de configurar um meio contínuo de os negros protestarem contra o escravismo: “Onde existia escravidão, existia negro aquilombado” (Moura, 2020, p. 25).

O funcionamento do lugar, que ia de encontro à estrutura do estado, era baseado na organização de um sistema de defesa permanente, que contava com a aliança de outros grupos oprimidos como os indígenas, além de manterem tecnologias de sobrevivência, por meio de economia comunitária, com outras comunidades produtivas, que também estavam à margem do regime vigente. Conforme explica Moura (2020), os quilombos eram vistos como elementos dinâmicos de desgaste nas relações escravistas, e não eram manifestações esporádicas ou de pequenos grupos, ao contrário, foi um movimento que atuou de forma permanente no centro do sistema escravocrata nacional. Em que pese, essa é parte da história brasileira que foi apagada dos livros, porque os quilombos eram um perigo não só para a sociedade da época, já que representavam a

¹² Em Minas Gerais, Rio de Janeiro, Mato Grosso, Goiás, Pará, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Maranhão, Rio Grande do Sul e São Paulo.

construção de uma sociedade alternativa à colonial, mas também para a sociedade atual, porque têm como premissa gerar reflexão nas camadas oprimidas da população.

Tal entendimento vai ao encontro dos pensamentos de Abdias Nascimento (2019), ao trazer e propor a consciência negra e os genuínos focos de resistências física e cultural negra, para o centro do conceito de quilombismo. O autor entende que o quilombismo se estrutura em formas associativas, que tanto podem estar localizadas no seio da floresta de difícil acesso (com uma organização econômico-social própria como os quilombos da época do período escravocrata), como em redes de associações, irmandades, clubes, terreiros, escolas de samba, afoxés, entre outros, que tem a função e a prática de libertação dos moldes dominantes: “A este complexo de significações, a esta *praxis* afro-brasileira, eu denomino de quilombismo” (Nascimento, 2019, p. 282). O autor enfatiza ainda que o quilombismo está em constante reatualização e atendendo ao tempo histórico:

Percebe-se o ideal quilombista difuso, porém consistente, permeando todos os níveis da vida negra e os mais recônditos meandros e/ou refolhos da personalidade afro-brasileira. Um ideal forte e denso que via de regra permanece reprimido pelas estruturas dominantes, outra vez é sublimado através dos vários mecanismos de defesas fornecidos pelo inconsciente individual ou coletivo. Mas também acontece de várias vezes o negro se apropriar dos mecanismos que a sociedade dominante concedeu ao seu protagonismo com a maliciosa intenção de controlá-lo. Nessa reversão de alvo, o negro se utiliza dos propósitos não confessados de domesticação qual bumerangue ofensivo (Nascimento, 2019, p. 283)

No caso das influenciadoras negras, é óbvio que não as entendemos como um grupo homogêneo, mas, ainda sim, há a criação de espaços de valorização dessas experiências com possibilidades de desvios. Essas experiências cruzadas online (que incluem origens raciais, classe, gênero, sexualidade, religião, entre outras) podem contribuir para a discussão, com impactos mais amplos, porque vão de encontro às narrativas hegemônicas, servindo de contraponto e reconhecendo um paradoxo entre invisibilidade e visibilidade desses perfis. Entendemos, que ser negro no Brasil é diferente de ser negro nos EUA, Caribe ou Europa, mas a construção de uma percepção positiva de si mesmo, para as pessoas negras, gera desafios semelhantes e se articulam com atuação política, independente do estado-nação a que essas pessoas pertençam.

A articulação acima interessa para o nosso trabalho, porque, segundo Moreira (2022), o processo de descoberta de ser uma mulher negra ocorre com a organização política dessas mulheres enquanto sujeitos, e é despertado quando há discriminação. Por discriminação, a autora entende como uma definição externa, alicerçada no racismo

antinegro global¹³ e sedimentada nas estruturas sociais e hierárquicas ocidentais que moldam as desigualdades e as opressões raciais. As mulheres negras inseridas no mercado de influência digital enfrentam situações específicas para alcançar reconhecimento e visibilidade nesse mercado contemporâneo. Entende-se que esse grupo tem desafios particulares que refletem nas relações com as marcas, no engajamento e na visibilidade dos perfis, inclusive, considerando questões sociotécnicas das plataformas.

Para dar dimensão do universo dos influenciadores digitais brasileiros, segundo um estudo realizado pela Nielsen em 2022¹⁴, o país é campeão mundial em número de influenciadores digitais na categoria Instagram, contando com mais de 10,5 milhões de influenciadores com cerca de mil seguidores, e outros 500 mil criadores de conteúdo digital com perfis com mais de 10 mil seguidores. Soma-se a isso – segundo o relatório da Opinion Box¹⁵, apresentado em janeiro de 2024 –, que sete em cada 10 pessoas seguem algum influenciador, mostrando a presença dos influenciadores no cotidiano dos brasileiros.

Segundo o relatório, ao realizar parcerias com influenciadores, é possível alcançar segmentos específicos de audiência, aumentar a visibilidade e estabelecer conexões autênticas, impulsionando a reputação da marca e as vendas. Posto isso, colocamos aqui a nossa dificuldade inicial em mapear os influenciadores brasileiros. Primeiro, pela quantidade de influenciadores, conforme apontado na pesquisa; segundo, porque o critério para identificar um influenciador não é fechado e estanque. Ao contrário, como se trata de uma autoconstrução enquanto marca, com públicos de nicho, é difícil estabelecer variáveis que identificam o grau de influência de determinada pessoa online.

Para solucionar esse problema, recorremos a um levantamento inicial que considera a expertise, exposição e venda de si mesma, o retorno financeiro e o filtro das ‘autoridades’ do mercado que legitimam a área, como jornalistas especializados. Nesse ponto, a solução foi acompanhar, de forma preliminar, matérias jornalísticas que abordam os influenciadores em destaque. Aqui, a primeira descoberta é que em matérias

¹³Bairros (1996) conceitua o racismo antinegro global como um sistema de opressão que mantém características distintas em grupos historicamente racializados.

¹⁴Disponível em: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/2/2022/07/2022-Nielsen-Annual-Marketing-Report.pdf> Acesso: 15.04.2024

¹⁵Disponível em: [https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F1706532014Relatorio Instagram no Brasil 2024.pdf](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F1706532014Relatorio%20Instagram%20no%20Brasil%202024.pdf) Acesso: 15.04.2024

sobre influência digital, que tem influenciadores digitais como protagonistas, não figuravam pessoas negras. Um exemplo foi a edição número 117 da Forbes Brasil que trouxe a-primeira Lista Forbes Top Creators Brasil, com destaque aos 10 maiores nomes das redes sociais em 2023 e “que souberam transformar sua visibilidade em influência, em novos negócios – e em novas fortunas”¹⁶, conforme figura abaixo (Fig.1):

Figura 1 -Capa da Forbes Brasil



Fotos: Victor Affaro

Forbes Brasil publica pela primeira vez lista Top Creators; na capa, Whindersson Nunes, Maisa, Bianca Andrade e Jade Picon

Fonte: Site da Forbes

Whindersson Nunes foi o primeiro da lista, acompanhado de Maisa Silva, Flavia Pavanelli, Enaldinho, Felipe Neto, Carlinhos Maia, Bianca Andrade, Juliette, Nathalia Arcuri, Júlio Cocielo, Lucas Rangel, Tata Estaniecki, Virginia Fonseca, Larissa Manoela e Jade Picon. A publicação deixa indícios de que o mercado da influência digital é predominante branco. Entretanto, quando o assunto é tratado no mês de novembro, em alusão ao Dia da Consciência Negra, há uma série de matérias que traz como referência as influenciadoras negras, dando um indicativo dos lugares sociais que as pessoas negras ocupam.

Para mapearmos e selecionarmos as influenciadoras negras, optamos por acompanhar 11 matérias jornalísticas¹⁷ disponibilizadas no Google, em 2023, e

¹⁶ Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mkt/2024/03/lista-forbes-top-creators-brasil-e-destaque-da-nova-edicao-da-revista/> Acesso: 26.03.2024

¹⁷ Lista das matérias no Anexo I.

coletadas a partir das palavras chaves: “influenciadoras digitais negras brasileiras”. O número de matérias corresponde às publicações inéditas, visto que há um número significativo de matérias replicadas em diferentes sites. O material que acompanhamos trazia, sobretudo, ‘*ranking*’ de influenciadoras brasileiras negras com: a) matérias relacionadas ao Dia da Consciência Negra; b) figuram nas listagens mais de 90 perfis comerciais de diferentes nichos, em que a maioria são vinculados a agências especializadas em influência digital ou agências de publicidade.

Das 11 matérias selecionadas, com mais de 90 nomes, tivemos na lista: Maraisa Fidelis (@maraisafidelis), Náty Neri (@natalyneri), Gabi Oliveira (@gabidepretas), Roberta Freitas (@robfreitas), Camila Nunes (@camilanunes), Camilla de Lucas (@camilladelucas), Naty Finanças (@nathfinancas, Juliana Luziê (@julianaluziee), Danielle DaMata (@damatamakeup), Angélica Silva (@angelic4silva), Amanda Mendes (@todecrespa), Jacy July (@jacyjuly) e Maju Silva (@majusilva). O rol é exemplificativo e dele extraímos:

Figura 2 -Nuvem de palavra com as influenciadoras mais citadas nas matérias



Fonte: <https://wordart.com/> (produção da autora)

São embaixadoras de produtos exclusivos para pele e cabelos negros, ativistas sociais, jornalistas, mães, estudantes, entre outras, que tem as relações étnico-raciais e o gênero como componentes centrais na construção dos seus conteúdos. Das influenciadoras citadas nas matérias jornalísticas, Náty Neri (@natalyneri), Camilla de Lucas (@camilladelucas) e Gabi Oliveira (@gabidepretas) foram lembradas de forma

mais recorrente. Posto isso, a tese volta-se para os três perfis, que foram escolhidos para comporem o *corpus* de análise da tese:

Figura 3 - ordem crescente das influenciadoras mais citadas

Natalyneri	10
Camilladelucas	7
Gabidepretas	6



Fonte: Instagram. Acesso: 27 nov. de 2023

1) Nátaly Neri (@natalyneri)

A influenciadora ganhou destaque por sua abordagem que combina moda de brechó, beleza sem crueldade e consciência social. Nascida em Assis, São Paulo, Nátaly é uma mulher negra de 26 anos, reconhecida por seus dreads verdes. Sua presença online se destaca não apenas por sua estética, mas também por seu compromisso com questões sociais e ambientais. Desde 2015, a influenciadora vem construindo, na plataforma YouTube, uma série de tutoriais de moda, dicas de beleza e reflexões sobre questões sociais. Ela se tornou uma das pioneiras em integrar discussões sobre justiça social e sustentabilidade em seu conteúdo, desafiando as normas da indústria da moda e incentivando seus seguidores a repensarem seus hábitos de consumo.

Além de seu trabalho online, Nátaly também é uma cientista social, o que oferece profundidade às suas análises e comentários sobre o cotidiano, com uma abordagem crítica e perspicaz sobre temas como racismo, feminismo, classe social e

meio ambiente. Além disso, há um compromisso com a beleza sem crueldade e a promoção de marcas de cosméticos que não realizam testes em animais, oferecendo aos seus seguidores informações sobre o impacto ético e ambiental das escolhas de produtos de beleza. A influenciadora também é defensora do movimento de moda de brechó, promovendo a sustentabilidade e a diversidade de estilos de forma consciente e repensando a cultura do consumo rápido.

Figura 4 -Perfil de Nátaly Neri



Fonte: Plataforma Instagram. Acesso: 09 de set. de 2023

Com mais de 600 mil seguidores no Instagram, a influenciadora também faz a intersecção entre beleza e temas como diversidade, representatividade, empoderamento feminino, equidade racial e direitos LGBTQIAP+. É apaixonada por costura, moda e faça você mesmo, além de ter experiência como trancista com dreads de lã, box braids e tranças nagô. Atualmente, apresenta o programa Hora do VT, veiculado no YouTube na DiaTV, e também participou da quinta temporada de Corrida das Blogueiras, um *reality show* criado pelos *youtubers* e influenciadores Eduardo Camargo e Filipe Oliveira, do canal Diva Depressão, produzido pela DiaTV, que reúne influenciadores digitais em uma competição que testam suas habilidades e criatividade.

2) Camilla de Lucas (@camilladelucas)

Camilla de Lucas é conhecida por seu conteúdo autêntico. Nascida em Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, ela ganhou destaque nas redes sociais por compartilhar sua vida de forma humorística e, em seguida, pela participação na 21ª edição do *reality show* Big Brother Brasil. Sua associação com a agência Mynd 8 e sua inclusão na lista Forbes Under 30 demonstram seu impacto significativo no cenário digital brasileiro. Com

quase 9,6 milhões de seguidores no Instagram, Camilla produz conteúdo também no YouTube¹⁸, e tem página no Twitter¹⁹ e Tik Tok²⁰.

Figura 5 - Perfil da Camilla de Lucas



Fonte: Plataforma Instagram. Acesso: em 10 de setembro de 2023

No início da sua carreira, em 2017, no YouTube, voltou-se para dicas de maquiagem, cabelo e vlogs do seu cotidiano. Foi vice-campeã da 21ª edição do programa Big Brother Brasil e, no mesmo ano, a influenciadora estreou nas passarelas da São Paulo *Fashion Week* e, recentemente, fez sua estreia como atriz no filme “O lado bom de ser traída” (de Diego Freitas, 2023), produzido pela Netflix. A produção é uma adaptação do romance homônimo, de Sue Hecker, pseudônimo da escritora brasileira Débora Gimenez.

3) Gabi Oliveira (@gabidepretas)

Gabi Oliveira, conhecida como Gabi de Pretas, é uma comunicadora social, youtuber, ativista e podcaster do "Afeto Podcast". Nascida em Niterói, tem 31 anos e é filha única em uma família protestante. Além de Relações Públicas e palestrante, ela é reconhecida por seu canal no YouTube, DePretas, desde 2015, onde ganhou destaque abordando questões de beleza e comportamento sob a ótica racial. É coautora do livro “Cartografia dos afetos”, derivado de reflexões realizadas no podcast Afetos. Recentemente, suas publicações expandiram-se para incluir temas de maternidade e

¹⁸ No YouTube, a página tem mais de 2,5 milhões de seguidores com 303 vídeos publicados.

¹⁹ No Twitter, com mais de 2 milhões de seguidores, a biografia da influencer é: blogueira real, digital desinflencer e criadora de conteúdo”. Acesso em 18 de julho 2023.

²⁰ Na plataforma, ela tem mais de 5,3 milhões de seguidores e mais de 45 milhões de curtidas.

adoção, uma vez que Gabi tornou-se mãe "solo" de Mário, 9 anos, e Clara, 4 anos, que são irmãos biológicos.

A influenciadora ganhou popularidade ao identificar uma lacuna no YouTube relacionada à falta de canais de mulheres negras retintas como ela, na plataforma. Sua consciência política foi ampliada durante seus estudos universitários, na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), onde formou-se em Relações Públicas e aprofundou seus conhecimentos sobre negritude e racismo, tornando-se uma referência entre as produtoras de conteúdo negras no Brasil.

Figura 6 -Perfil da Gabi Oliveira



Fonte: Plataforma Instagram. Acesso: 10 de setembro de 2023

No Instagram, Gabi de Pretas tem mais de 630 mil seguidores, e começou a criar conteúdo após perder o emprego. Utilizou seus conhecimentos acadêmicos, especialmente sobre raça e cultura negra, para construir o seu canal e alcançar mais pessoas²¹. Os vídeos que ganharam destaque e impulsionaram sua visibilidade foram: uma resenha de base, da marca de cosméticos Vult, em 2017, onde ela testa os tons para pele negra, e o vídeo “Tour Pelo Meu Rosto”, de 2018, onde fala detalhadamente sobre seus traços faciais e seu processo de aceitação.

O destaque aqui é que a influenciadora se descreve como ativista. Entendemos que se trata de ativismo digital, movimento que começou entre *hackers* e programadores que se opunham de algum modo às corporações, e em seguida passaram a voltar-se para ações políticas. Interessa-nos estar atentos também aos pequenos gestos que podem levar à conscientização coletiva e à mobilização, especialmente por meio de iniciativas online que muitas vezes são subestimadas.

²¹Informações retiradas da matéria: <https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/gabi-de-pretas-faz-conteudo-para-humanizar-mulheres-negras-na-internet/#page1> Acesso em: 10 de setembro de 2023

Nesse levantamento inicial de perfis, além da extração dos nomes, consideramos dois pontos importantes: a) como já apontamos, a maioria das matérias que trazem esses rankings são alusivas ao Dia da Consciência Negra, ou seja, os nomes das mulheres negras sequer figuram em listas amplas de influenciadores mais queridos pelo público brasileiro, b) a maioria dos perfis citados nas matérias são comerciais e vinculados a agências de publicidade, comprovando que as influenciadoras digitais são lidas como profissionais. A escolha da plataforma é justificada, porque, de acordo com a pesquisa *Creators & Negócios*, 75% das marcas preferem trabalhar com influenciadores digitais que têm como plataforma de atuação o Instagram. Ainda sobre canais de acesso, mas trazendo a perspectiva do usuário, uma outra pesquisa intitulada “Quem te influencia?”, realizada pela YOUPIX, em parceria com a MindMiners, também traz a plataforma Instagram, com percentual de 85% como o principal canal utilizado pelos usuários para acompanhar os influenciadores brasileiros.

De acordo com a CEO da Mynd8, Fátima Pissarra, em seu livro “Profissão Influencer: Como fazer sucesso dentro e fora da Internet”, a agência foi pioneira em trabalhar com a conexão entre artistas, criação de conteúdo e marcas: “Esse modelo é hoje copiado no Brasil inteiro, e fomos pioneiros nisso, porque eu soube como verificar as lacunas que precisavam ser preenchidas no mercado e aplicar minha expertise para fazer com que elas fossem devidamente preenchidas” (Pissarra, 2023, p.182). A autora reafirma a consolidação da agência depois da pandemia de covid-19 e fundamenta o seu pensamento na ideia que influenciar pessoas é também fazer com que elas sintam que suas necessidades foram supridas. Explica a a autora: “Estudamos as plataformas e aqueles que as utilizavam, tivemos extenso contato com as pessoas que eram influenciadas por nossos criadores e entendemos o que poderíamos entregar para provocar nelas as emoções certas” (Pissarra, 2023, p.182). O resultado, segundo Pissarra, é que “ao contrário do que alguns acreditam, ser influenciador não é uma profissão fácil e vai muito além de mostrar recebidos e postar vídeos. Exige estudos e atualização constante das principais tendências em voga no momento” (Pissarra, 2023, p.183).

O destaque posto pela CEO da Mynd8 lança luz no fato do mercado de influência, assim como a Publicidade, trabalhar com a emoção e a afetação das pessoas. Aqui, é importante, mais uma vez, dialogar com Sodré (2017), que entende a mídia como dispositivos capazes de perceptiva e afetivamente configurarem as formas de codificação do mundo pelo homem. O autor vai buscar dialogar com as origens das

formas de utilização da razão e do afeto, por meio da contraposição entre logos e pathos, para abordar a relação entre a mídia e o homem. Afasta-se das análises que enxergam razão e emoção separadas em campos opostos e volta-se para os perigos da instrumentalização do afeto pelas mídias: “É verdade que as mídias e a propaganda têm mostrado como estratégias racionais não espontâneas podem instrumentalizar o sensível, manipulando os afetos. Na maioria das vezes, porém, tudo isso se passa em condições não apreensíveis pela consciência” (Sodré, 2007, p 11). Explora-se as emoções, em busca de audiência e a racionalidade toma posse do sensível para usá-lo. Sodré (2007, p 11) explica: “A emoção está a serviço da produção de um novo tipo de identidade coletiva e de controle social, travestido na felicidade pré-fabricada”. Tem-se, então, que os produtores de conteúdo e as agências do mercado de influência estudam os fenômenos ligados ao sensível para descobrir como gerar prazer.

Neste sentido, o **objetivo geral** desta tese é compreender a inserção das mulheres negras no mercado brasileiro de influência, que é predominantemente branco, tomando os perfis das influenciadoras como perfis-territórios, a fim de estabelecer as interseções entre raça e gênero, e as diversas desvantagens enfrentadas por esse grupo na ocupação de diferentes esferas sociais. No que diz respeito aos **objetivos específicos**, eles são: a) Realizar uma revisão bibliográfica sobre negritude, colonialismo e racismo para análise das barreiras sistêmicas enfrentadas por mulheres negras ao ingressarem e avançarem no mercado de influência, a partir de uma perspectiva racializada e crítica; b) Analisar a forma que os temas relacionados à negritude e cultura afro-brasileira aparecem nas publicações de Camilla de Lucas, Natália Neri e Gabi Oliveira em suas contas do Instagram; c) Identificar as estratégias comunicacionais de Camilla de Lucas, Natália Neri e Gabi Oliveira, considerando um olhar racializado, para a construção e manutenção de suas marcas pessoais em ambientes predominantemente brancos; d) Refletir, com base nos diferentes tipos de conteúdo apresentados em suas contas de Instagram (como fotos, vídeos, stories, IGTV, entre outros), como Camilla de Lucas, Natálya Neri e Gabi Oliveira tencionam esses espaços enquanto espaços de comunicação que carregam estereótipos subalternizantes.

A perspectiva interseccional, presente no pensamento feminista negro, articula a complexidade de duas ou mais estruturas de opressões presentes no cotidiano de mulheres negras, além de possibilitar olhar para as plataformas, simultaneamente, como ambientes de opressão e ferramentas de mobilizações. A ideia é colocar em evidência os modos de existência que oprimem sujeitos marginalizados, sem sequer considerá-los, de

modo que a exclusão da mulher negra do mercado de trabalho é entendida, não como um problema contemporâneo, mas como uma lacuna já cristalizada na sociedade brasileira, e silenciada por diversas matrizes de opressões como de raça, gênero, sexualidade, idade, deficiência e classe. A ressalva é que não se trata do somatório de opressões e, sim, de uma perspectiva crítica que considera a complexidade da experiência humana e social.

No Brasil, o feminismo ganhou força na década 1980 e trouxe contribuições significativas para o status jurídico das mulheres. Carneiro (2019) destacou que cerca de 80% das suas propostas presentes na Constituição de 1988 foram aceitas, entre elas: a destituição do pátrio poder, inovações de políticas públicas como a criação dos Conselhos da Condição Feminina²², a violência doméstica como objeto de políticas públicas, acesso das mulheres a cargos públicos, desigualdades no mercado de trabalho, anistia, creche, entre outras. Para designar, especificamente, a trajetória das mulheres negras dentro do movimento, a pesquisadora lembrou a necessidade de ‘enegrecer o feminismo’ com a intenção de abordar as insuficiências teóricas e práticas que não consideravam a raça:

A variável racial produziu gêneros subalternizados, tanto no que toca à identidade feminina estigmatizada (das mulheres negras) como a masculinidades subalternizadas (dos homens negros) com prestígio inferior ao do gênero feminino do grupo racialmente dominante (das mulheres brancas) (Carneiro, 2019, p. 274).

Carneiro (2019) explica que as demandas das mulheres negras são específicas, porque a mobilidade social desse grupo envolve uma dupla subvalorização (gênero e raça) em que os gêneros hegemônicos encontram-se em lugares sociais inalcançáveis numa estrutura social igualitária. Temos, então, que o feminismo promove a afirmação das mulheres em geral como novos sujeitos políticos, mas requer olhá-las considerando a diversidade e as desigualdades existentes entre essas mesmas mulheres. Mulheres negras vivenciam de forma invisibilizada, simultaneamente, racismo e sexismo, e o feminismo negro passa a colocar as experiências dessas mulheres no centro do debate e com agenda específica:

O eferescente protagonismo das mulheres negras, orientando, num primeiro momento, pelo desejo de liberdade, pelo resgate de humanidade negada pela escravidão, e num segundo momento, pontuado pelas emergências das organizações de mulheres negras e articulações nacionais, vem desenhando

²² Órgãos voltados para promoção de igualdade de gênero.

novos cenários e perspectivas para as mulheres negras e recobrando as perdas históricas. (Carneiro, 2019, p. 287)

É sob essa lente que esta pesquisa se assenta. Pontos como o mercado de trabalho, violências doméstica e sexual, afetividades, direitos reprodutivos, estereótipos na mídia, exclusão social, entre outros, serão vistos por uma perspectiva racializada e crítica, em que há o protagonismo político das mulheres negras considerando as diferenças étnicas, sexistas e a luta antirracista. O intuito é avançarmos em políticas democráticas institucionalizantes, gerando investigações que alargam os sentidos de democracia, justiça social e igualdade. Interessa-nos a forma que esses arranjos sociais chegam nas plataformas *on-line*, porque é fundamental pensar que essas condições refletem diretamente na forma como a sociedade brasileira enxerga e vivencia experiências com mulheres negras em diferentes espaços.

Acrescido a isso, justifica-se esta tese, sobretudo, porque escrever sobre as vivências de mulheres negras no Brasil é uma construção não só para atender dinâmicas contemporâneas, mas, também, a respeito do trabalho e do conhecimento das mulheres negras das décadas anteriores, incluindo a observação de como a agência dessas mulheres são frequentemente negligenciadas já que geralmente somos retratadas como vítimas passivas de uma necessidade histórica que começou no continente europeu e nos prometeu civilização. Olhar para um fenômeno contemporâneo como as influenciadoras digitais, por lentes racializadas, significa pensar em práticas que ocorrem em plataformas online e estão inseridas dentro do modelo econômico, capazes de atuar fortemente na reorganização de relações interpessoais, práticas urbanas, consumo, consumo de bens simbólicos, discussões políticas, entre outros setores da sociedade brasileira.

Para atingir os objetivos propostos, e partindo desses tensionamentos, serão traçados paralelos e aproximações entre os perfis de Camilla de Lucas, Nátaly Neri e Gabi Oliveira, por meio da proposta metodológica denominada constelação, inspirada nos escritos de Walter Benjamin e adotada por alguns de seus comentadores (Otte e Volpe, 2000; Souto, 2020), e que tem como base a sensibilidade dos pesquisadores na experiência com as imagens. Interpretar fenômenos, a partir de uma perspectiva benjaminiana, coloca-nos um olhar para a História que nos obriga a sair desse lugar comum, fundado no progresso, e sob uma perspectiva linear da historiografia. Esse é um movimento desafiador, sobretudo, quando estamos inseridos em frames epistêmicos racionalistas, mas ao mesmo tempo, consonante com perspectivas que enxergam o

mundo de outras formas como os povos Akan²³, que trazem como provérbio-símbolo o pensamento africano “nunca é tarde para voltar e apanhar o que ficou atrás”.

Em um nível macro, essa proposta metodológica também norteia a construção desta tese na medida em que os capítulos que seguem fazem o movimento de voltar ao passado, não na concepção historicista e do tempo histórico como acumulação, mas em que a rememoração tem por tarefa ligar o presente e o passado, trazendo à tona o ponto de vista dos vencidos (Benjamin, 2020). A experiência das mulheres negras e o mercado de trabalho brasileiro é marcada por uma estrutura de dominação que vem desde o período colonial e reconhecer como essa relação foi estabelecida é fundamental para entendermos como funciona o mercado contemporâneo da influência. Ao examinar a estrutura de dominação que remonta ao período colonial, coloca-se luz sobre as raízes históricas das desigualdades presentes.

Retomar a herança escravocrata e o papel de trabalhadoras negras dentro da sociedade brasileira, não apenas de forma descritiva, mas trazendo aspectos de rupturas, nos ajudará a entender os mecanismos atuais de manutenção de privilégios e, em último efeito, as condições objetivas de discriminação para pensarmos possíveis mudanças. Esse caminho de retorno será percorrido ao longo de todo o trabalho, e é a tentativa de olhar o fenômeno de forma fluida, mutável e não estanque. Braga (2018) explica que o modo de pensar e fazer filosofia de Benjamin (1928) pauta-se na apresentação da “verdade”, a partir do confronto com o singular, acolhendo as tensões desta tarefa, abrindo-se aos desvios.

A constelação, enquanto metodologia inspirada em Benjamin (2020) e utilizada neste trabalho, considera que o processo de escrita exige uma observação atenta e paciente, não sendo somente formas de ordenação de elementos, mas um elemento que regressa, constantemente, à singularidade a ser apresentada, demandando uma contemplação. Segundo Braga (2018, p.13), “Trata-se de uma técnica de construção do mosaico – fragmentado, composto de elementos singulares e diferentes – que, quando apresentado, consegue transmitir a força da imagem. Neste momento, aproxima matéria, pensamento e linguagem”. Em última análise, repensar nas desvantagens acumuladas e enfrentadas pelas mulheres negras no mercado de influência requer uma abordagem holística e sistêmica, que reconheça e enfrente as intersecções entre raça, gênero e outras formas de opressão, como temos enfatizado nesta introdução.

²³ Grupo étnico de povos habitantes na região leste da Costa do Marfim e de Gana. (Oliveira, 2016)

Posto isso, volta-se para a relevância da figura da influenciadora digital na contemporaneidade, de modo a evidenciar que as mídias digitais trouxeram consigo a ideia de que reconhecimento online parece estar cada vez mais acessível às pessoas comuns. Entretanto, essa aparente ‘facilidade’ exige de as influenciadoras serem um produto de performance e percepção. Para Abidin (2018), os influenciadores têm critérios como estratégias de autopromoção, gerenciamento de uma visibilidade pública sustentada e estável, além de preparar os seguidores para consumirem seu conteúdo de forma aspiracional com a possibilidade de poder transformar sua alta visibilidade em uma carreira em tempo integral. As práticas e culturas nesses ambientes não estão mais confinadas à cultura popular, entretenimento ou mera frivolidade; ao contrário, há estudos de negócios com organizações formais na indústria (como agências e gestores) voltado para indivíduos-chave que exercem influência sobre um grande grupo de pessoas em potencial, tendo em vista a economia, legalidade, cultura e trocas sociais.

A emergência do conceito de plataformas, segundo Powell et. al (2020), cresceu em meio às discussões sobre mudanças nas tecnologias da comunicação, na economia da informação e nos usuários como produtores ativos de cultura, servindo como metáfora para ofuscar seus modelos de negócios e infraestruturas tecnológicas. Questões como atenção, privacidade, segurança, precisão, proteção ao consumidor, entre outras, não são dadas e oferecem disputas econômicas e sociais cada vez mais ligadas a sistemas automatizados, organizados por algoritmos, alimentados por dados e que formam modelos de negócios. Tornou-se cada vez mais evidente a relevância de considerar também as dimensões tecnopolíticas dos algoritmos e das plataformas.

Como contribuição, espera-se ampliar, no campo da Comunicação, estudos que abordam experiências de marginalização e/ou resistência na mídia e no mercado, considerando que questões relacionadas às vidas negras, especificamente, mulheres negras no Brasil, não estão nos centros das discussões. Além de fornecer, a partir de uma perspectiva racializada, uma visão da relevância das influenciadoras tendo em mente que as experiências digitais das mulheres negras podem romper ou reforçar fronteiras estabelecidas pela cultura dominante. A ideia é que os resultados dessa pesquisa sirvam de base para pensar, falar, modificar decisões, aparentemente naturalizadas dentro da história laboral brasileira, em especial aquelas voltadas para as atividades do mercado online. São esforços que se unem à adoção de mecanismos sociais inclusivos, que já estão sendo construídos em frentes diversas, para repensar nas desvantagens acumuladas por grupos sociais expostos a processo de discriminação no

acesso ao mercado de trabalho, atentando para a reflexão e entendimento da forma como as mulheres negras ocupam os diferentes espaços sociais.

As páginas que seguem estão estruturadas em três capítulos. O primeiro deles, intitulado *“Do Brasil acorrentado ao Brasil que não se cala”*: entre o colonialismo e alianças emancipatórias foca na construção dos perfis-territórios das influenciadoras digitais negras brasileiras, destacando como suas marcas pessoais online são fundamentadas nas questões étnico-raciais que moldam a sociedade brasileira. Adota-se uma abordagem histórica e sociopolítica, conectando o presente com o passado e destacando aspectos negligenciados na narrativa histórica oficial do Brasil. Há uma reflexão sobre as dinâmicas de poder em que se coloca a branquitude como uma categoria "universal" que traz consigo privilégios e normas culturais em uma sociedade hierarquizada racialmente. Desta forma, entendemos que o racismo não se manifesta apenas por meio da discriminação explícita, mas também pela manutenção e reprodução de privilégios.

Em seguida, no capítulo intitulado *“Curte, compartilha e comenta: ente opressões interseccionais, mercado de influência e perfis-territórios”*, vamos explorar a dinâmica das mulheres negras dentro do mercado de trabalho brasileiro, analisando seu papel na era digital contemporânea. Em seguida, examinaremos as nuances da influência digital sob uma ótica racializada, utilizando como fundamentos teóricos a Teoria Feminista: da margem ao centro (hooks, 2019) e o Pensamento Feminista Negro (Collins, 2019). Estas teorias enriquecem a compreensão das interseções entre raça, gênero e classe social, evidenciando que as mulheres negras enfrentam não apenas uma, mas diversas formas de opressão, muitas vezes interconectadas, e exploram como tais interseções moldam sua resistência. Aborda-se as especificidades de ser mulher negra, desde questões referentes à imagem de controle até à autodefinição, enfrentando opressões interseccionais e desafios no mercado de trabalho, incluindo vieses algorítmicos. Por fim, examina-se a influência digital e suas implicações específicas para os perfis das mulheres negras, considerando-os como perfis-territórios.

Por fim, o capítulo “O perfil-território das influenciadoras negras” está dividido em cinco seções, onde serão delineadas as constelações que culminarão nos perfis-territórios. Primeiramente, vamos introduzir as constelações como uma abordagem metodológica inspirada em Benjamin. Em seguida, vamos detalhar o desenvolvimento das coleções de imagens que dão vida às constelações "Mulheres negras, autodefinição e construção de si" e "Mulheres negras: margem e centro". Posteriormente, como essa

abordagem é comparativa, as imagens de cada coleção de perfis serão apresentadas simultaneamente, permitindo uma análise das interseções em torno de pontos transversais que se entrelaçam, formando redes. Essas redes serão representadas graficamente, o que possibilitará a identificação das relações subjacentes na construção dos perfis de influenciadoras negras enquanto perfis-territórios.

Por fim, o trabalho também é composto pelas considerações finais e dois anexos. O primeiro deles refere-se à lista inicial das matérias jornalísticas que ajudaram a compor o objeto desta pesquisa, e o segundo trata-se do levantamento das pesquisas realizadas nos últimos cinco anos, de 2018 a 2022, sobre influenciadores digitais no Brasil. As buscas ocorreram na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), e aqui chamamos este levantamento de estado da arte.

2 - “DO BRASIL ACORRENTADO AO BRASIL QUE NÃO SE CALA”: ENTRE O COLONIALISMO E AS ALIANÇAS EMANCIPATÓRIAS

O capítulo tem foco na construção do conceito que nomeamos de perfis-territórios. Trata-se de pensarmos os perfis de influenciadoras digitais negras brasileiras como lugares paradoxais em que a construção da marca pessoal online é cruzada pelas relações étnico-raciais, que fundamentam a construção da sociedade brasileira. O texto propõe uma abordagem que não é apenas histórica, mas também sociopolítica, buscando conectar o presente com o passado e destacando pontos importantes que foram negligenciados na narrativa histórica oficial do Brasil.

Parte-se de um cenário histórico e social, marcado pela colonização e diáspora africana, para explorar as interconexões culturais e históricas que moldaram a experiência da negritude no nosso país, considerando o entendimento de diáspora (Gilroy, 2010) como uma experiência marcada por resistência, hibridismo cultural e criação de identidades fluidas, cuja cultura negra é percebida não como algo homogêneo, mas sim como uma junção de influências transatlânticas. Ao analisar a construção histórica das relações étnico-raciais no Brasil, desde o período pós-abolição até os dias atuais, revela-se como o mito da democracia racial e o processo de embranquecimento da população contribuíram na construção e manutenção do racismo e na formação social brasileira.

A partir dessa perspectiva, busca-se desvelar o contrato racial (Mills, 2023) e o dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023) estabelecidos nas relações étnico-raciais,

evidenciando como ambos atuam na construção de perfis-territórios de mulheres negras presentes no espaço digital pós-colonial. O capítulo propõe uma reflexão sobre as dinâmicas de poder, considerando características associadas à condição de ser branco, enquanto categoria “universal”, em uma sociedade marcada por hierarquias raciais. A branquitude não é apenas uma questão de cor de pele, mas também engloba privilégios, poder e normas culturais em detrimento de outras identidades raciais. A análise da branquitude nos ajudará a entender como o racismo opera não apenas por meio da discriminação explícita contra grupos racializados, mas também através da manutenção e reprodução de privilégios para aqueles considerados brancos. Além disso, faz-se uma discussão sobre “tornar-se negro” (Neuza de Souza, 2021), as estratégias de aquilombamento e outras formas de resistências.

Volta-se o olhar, inicialmente, para os espaços ocupados pelos negros em diáspora (Gliroy, 2010) como fluxos, atravessados por estruturas de dominação (Carneiro, 2013), construídas desde o período colonial. A lupa utilizada aqui nos permitirá enxergar nesse sistema dominante, fundamentado na branquitude europeia, no qual o mercado de plataforma está inserido –, as brechas que possibilitam a permanência de pessoas negras em ambiente predominantemente branco. É justamente nesse “entre” que as influenciadoras digitais negras criam suas conexões, resistem e estabelecem negócios que possibilitam mapear futuros possíveis.

2.1 Colonialismo e o mito da democracia racial

O título do capítulo faz referência ao samba-enredo apresentado pela escola de samba Beija-Flor, em 2022, que apresentava os diferentes tipos de violências, apagamentos, formas de resistência e as consequências que os negros enfrentam até hoje no Brasil, em decorrência da desumanização vivida durante o processo de colonização. Cinco séculos depois, nos perguntamos: o que herdamos do colonialismo? A pergunta é retórica, não pode ser respondida de forma objetiva e deixa pistas de que a “Europa é indefensável”, conforme afirma Césaire (2020, p.9).

O ponto de partida é o negro como sujeito diaspórico, a partir do entendimento de Gilroy (2012), que argumenta que a cultura negra é moldada pela experiência da diáspora africana, que se estende ao longo do Atlântico, conectando continentes e culturas complexas e interdependentes. Para o autor, a diáspora não é apenas uma história de sofrimento e exploração, mas também de resistência, hibridismo cultural e

criação de identidades múltiplas e fluidas. Há um trabalho de construção política e histórica, influenciado pelas trocas culturais transatlânticas, em que o foco é menos sobre as origens e mais sobre as experiências de desenraizamento, deslocamentos e criação cultural.

O autor chama de Atlântico Negro às estruturas transnacionais emergentes na era moderna, as quais evoluíram e deram origem a um sistema global de comunicação caracterizado por intercâmbios e fluxos culturais. A criação dessa malha permitiu que as comunidades afrodescendentes em diáspora formassem uma cultura que não está ligada a fronteiras fixas dos Estados-Nações e essa intersecção de culturas cria uma riqueza e uma profundidade únicas na expressão da negritude. Segundo Gilroy (2012, p. 57), “os historiadores culturais poderiam assumir o Atlântico como uma unidade de análise única e complexa em suas discussões do mundo moderno, e utilizá-la para produzir uma perspectiva explicitamente transnacional e intercultural”.

Isso é justificado a partir das experiências dos negros no Ocidente, que abrangem desde os traumas do tráfico negreiro, considerado um evento seminal, até as vivências marcadas por encantamentos e estranhamentos durante viagens e exílios entre América, Europa e África. Os afrodescendentes são entendidos, aqui, como um povo em diáspora. Nos interessa essa filiação teórica, porque coloca em perspectiva as abordagens nacionalistas ou etnicamente absolutas da cultura, como as teorias essencialistas e antiessencialistas referentes à negritude, já que os negros foram tirados dos seus lugares de origem, comercializados como mercadorias, e os seus descendentes encontram-se em diáspora. Posto isso, entender a cultura negra em fluxo tem também um significado fundamentalmente político.

No contexto contemporâneo, com sistema global de comunicação caracterizado por intercâmbios e fluxos culturais, Gilroy (2012) olha para a diáspora não como uma dispersão catastrófica, mas sim como um processo que redefine as dinâmicas culturais e históricas de pertencimento. A relação entre nacionalidade e etnia, da forma como está posta por estudos essencialistas, negligencia as experiências sociais e históricas compartilhadas por pessoas negras em fluxo:

Sob a perspectiva da diáspora, podemos então ver não apenas raça, mas também formas geopolíticas e geoculturais de vida que resultam da interação entre sistemas comunicativos e contextos que não apenas incorporam, mas também modificam e transcendem" (Gilroy, 2012, p. 57).

Dito de outra forma, a diáspora não se limita apenas a questões raciais, mas também abrange aspectos geopolíticos e geoculturais. Gilroy (2012) a entende como resultado da interação complexa entre sistemas de comunicação e contextos diversos, os quais não apenas são influenciados, mas também influenciam e vão além das fronteiras estabelecidas. Essa perspectiva ampla reconhece que a diáspora não é apenas um fenômeno estático, mas dinâmico e em constante evolução, moldado pela interação entre diferentes culturas, identidades e espaços geográficos. Para dar corpo a esse Atlântico Negro, metáfora utilizada por Gilroy (2012), que destaca a interconexão cultural, social e econômica entre os continentes africano, americano e europeu ao redor do Oceano Atlântico, é necessário voltarmos aos períodos de comércio transatlântico de escravos.

Parte-se da relação feita por Césaire (2020), entre colonização e civilização, para desmistificar conceitos ocidentais cristalizados e normalizados. O autor martinicano chama de “mentira principal” a ideia de que os países colonizadores foram responsáveis por levar a civilização para povos considerados não civilizados, e trata o colonialismo como consequência de atos decisivos, repletos de força, ligados a aventureiros, piratas, comerciantes, entre outros, que tinha como foco ampliar mundialmente a concorrência de economias antagônicas. Não cabe, segundo o autor, justificar a colonização com filantropia, expansão de Deus e do Direito, ou para desfazer as fronteiras da ignorância, ao contrário: “da colonização à civilização, a distância é infinita; que, de todas as expedições coloniais acumuladas, de todos os estatutos coloniais elaborados, de todas as circulares ministeriais despachadas, não sobraria um único valor humano” (Césaire, 2020, p.11).

Ao afastar civilização de colonização, Césaire (2020) explica que não tem como haver valor humano nessa relação, baseada em carnificina, entre colonizador e colonizado, porque até o homem considerado mais civilizado, ao tirar o peso da consciência e acostumar-se a ver o outro como animal, tende a ser, ele próprio, animal. Visto como empreendimento colonial, fundado no desprezo pelo homem, o autor iguala a colonização à coisificação na medida em que esse processo é baseado na intimidação, submissão, trabalho forçado, roubo, estupro, imposição cultural, dominação, confiscos, religiões desacreditadas, entre outros. A relação estabelecida coloca o colonizado como um instrumento de produção para o bom andamento dos negócios do colonizador.

Em contrapartida, modos de vida distintos ao modelo colonial, com sociedades comunitárias, foram desorganizados e desestruturados. O resultado é que, para Césaire

(2020), ninguém coloniza de forma inocente, e a tentativa de justificar a colonização por meio de discursos moralistas, cientificistas, religiosos e racistas, por parte dos europeus, inclusive dos intelectuais considerados humanistas, demonstra uma civilização doente, moralmente corrompida e indefensável. No Brasil, aprendemos na escola que o nosso país foi ‘descoberto’ pelos portugueses, sendo a exploração e o sistema colonial tratados como estágios obrigatórios pelos quais a nossa sociedade precisava passar para a construção de um país civilizado. Temos um mosaico de violências físicas e simbólicas com roupagem científica e religiosa que serviram e servem de base para construção das sociedades modernas ocidentais.

O empreendimento colonial trazido por Césaire (2020) ganha características particulares no caso do nosso país, e torna-se alicerce para construirmos o conceito de perfis-territórios a partir da experiência das influenciadoras digitais negras. Ao olharmos para pesquisas voltadas para as questões étnico-raciais no nosso país, há um arcabouço significativo de estudos (Van Den Berghe, 1967; Anthias e Yuval-Davis, 1993; Bulmer e Solomos, 2004; Ianni, 1980; Ortiz, 1985) com enquadramentos sociológicos diversos (Guimarães, 1999, 1999a; Motta, 2000; Telles, 1992, 2014) que, historicamente, vão desde os estudos referentes ao século XIX e início do XX, fortemente influenciados por uma visão biológica e hierárquica das raças que tratavam a miscigenação brasileira como problema e defendiam políticas de embranquecimento (Schwarcz, 1993), passando por estudos da década de 1920, que separa raça e cultura, em que a miscigenação racial deixa de ser vista como um obstáculo e torna-se a principal via de homogeneização nacional (Freyre, 2003; Boas, 2004), até chegarmos no entendimento que questiona a suposta harmonia racial e inicia as perspectivas que denunciam o racismo como fonte das nossas desigualdades sociais (Fernandes, 1965; Maio, 1999).

Para abordar esses diferentes momentos, Trindade (2018) elenca quatro fases, apresentados a seguir, de dentro da construção histórica brasileira como relevantes para a compreensão estruturada das relações étnico-raciais no país. A *primeira fase* compreende os anos iniciais após o fim da escravatura, em 1888, e a Proclamação da República em 1889. Essa era uma época em que a crença predominante trazia a mestiçagem como um problema social que precisava ser enfrentado. A estratégia adotada pelo governo foi o branqueamento, por meio de políticas públicas, patrocinando a imigração europeia em que a “mistura” levaria a uma população, exclusivamente, branca dentro de poucas gerações. A *segunda fase* chega ao ápice com a publicação e

popularização do livro de Gilberto Freyre 'Os senhores e os escravos', em 1933, que, na contramão do que era pregado, exaltava a miscigenação. O estudo é base para o conceito de democracia racial, que considera o Brasil formado por essa “mistura boa”, sem conflitos, entre brancos, negros e indígenas. A *terceira fase* é inaugurada pelos estudos do sociólogo Florestan Fernandes (1965), ao questionar a existência da democracia racial e revelar que o racismo brasileiro é negado e disfarçado por meio de uma série de mecanismos sociais que tencionam os papéis e os lugares ocupados por pessoas negras, em contraste com aqueles esperados e/ou 'reservados' para eles pela elite dominante brasileira.

Interessa-nos destacar que a ideia de ‘democracia racial’, que floresceu nas décadas de 1930 e 1940, não ficou restrita apenas ao Brasil. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura (Unesco)²⁴, em 1950, encomendou uma equipe de pesquisa²⁵ liderada pelo antropólogo Charles Wagley para realizar um estudo etnográfico sobre as relações étnico-raciais no país (Métraux, 1951; Twine, 1998; Wade, 2010). Segundo Maio (1999), os resultados da Segunda Guerra Mundial, o surgimento da Guerra Fria e o processo de descolonização africana e asiática mantiveram a atualidade das questões étnico-raciais e estimularam a produção de conhecimento científico sobre a área em todo o mundo. O autor relembra que a escolha do Brasil para a pesquisa teve como objetivo oferecer uma nova consciência política mundial voltada para a harmonia entre as raças.

Posto isso, o contexto visto de fora acerca da nossa identidade nacional deu conta de um debate intelectual em que houve a substituição de uma visão pessimista e conflituosa das contribuições das raças formadoras da sociedade brasileira por uma perspectiva positiva com um alto indicador de tolerância e harmonia. O mito da democracia racial, popularizado por Freyre (1933) e disseminado em todo o mundo, tornou-se assim um dos principais alicerces ideológicos da integração racial e do desenvolvimento do país; o mito da integração racial substituiu políticas eugenistas, mas sem mudar a visão da sociedade sobre os benefícios simbólicos concedidos pelo branqueamento (Trindade, 2018).

Sobre o tema, Abdias Nascimento (2016) enfatiza que o mito da democracia racial revela uma versão oficial da história adotada pelo governo brasileiro, que não

²⁴ Unesco foi criada tendo como um de seus principais objetivos tornar inteligível o conflito internacional e sua consequência mais perversa, o Holocausto.

²⁵ Em junho de 1950, a 5ª sessão da Conferência Geral da Unesco, realizada em Florença, aprovou a realização de uma pesquisa sobre as relações raciais no Brasil.

aborda a realidade social vivida pelos negros e indígenas. O autor entende que a ideologia utópica em torno da democracia racial confunde o afro-brasileiro, e o coloca em constante estado de frustração, porque limita qualquer possibilidade de autoafirmação com integridade, identidade e orgulho. A ideia de que somos um povo pacífico prejudica o entendimento da realidade violenta que sofre o afro-brasileiro, e exemplo disso são os ataques, as restrições, as perseguições e as ofensas que sofrem as religiões de matrizes africanas, pois têm dificuldades de realizarem livremente seus ritos por não terem base cristã/europeia.

Soma-se a isso o fato de os imigrantes europeus brancos, após o período colonial, terem sido beneficiados com políticas sociais que apoiavam sua fixação e consequente ascensão social, enquanto os negros, recém-emancipados, viviam predominantemente desempregados e em condições precárias (Maringoni, 2011). Foi esse contexto que contribuiu para reforçar a percepção geral de que a raça branca estava ligada a uma vida melhor, enquanto a negritude significava o atraso. Acrescenta-se também o fato de que parte da comunidade negra abraçou essa percepção por meio de processos de assimilação (Silva, 2000; Andrews, 1992). Por fim, ainda, dentro dos estudos étnico-raciais no Brasil, uma *última fase*, elencada por Trindade (2018), defende a possibilidade de atestar a persistência e perversidade do racismo moderno em nosso país a partir de análises de mobilidade social (Hasenbalg, 1979; Silva, 1978; Henriques, 2001; Ribeiro, 2006; Soares, 2000). São essas pesquisas que buscaram atualizar as visões de Freyre (1933), ao invés de negar a difusão da discriminação e sua importância para nossa estrutura social (DaMatta, 1990; Fry, 2001).

Em meio a essa disputa de perspectivas, inclusive embasadas cientificamente, fica explícito o projeto de país voltado para embranquecer a população. O resultado, ao traçar o panorama das relações raciais no Brasil contemporâneo, segundo Campos et. al (2018), apontam para a dificuldade de incluírem os estudos étnico-raciais no debate público brasileiro, sobretudo com ênfase no racismo e um dos motivos é justamente a difusão do mito da democracia racial, tomada como parte da cultura nacional do Brasil, o que reverbera até hoje. Os brasileiros acreditam e têm orgulho da ‘democracia racial’, e essa falsa ideia traz, na comparação com outras nações, o status de povo civilizado. Cria-se, então, uma versão da história concebida pelos brancos e para os brancos, em que as elites brasileiras incorporaram a ideia “universal” de que o padrão de domínio étnico-ocidental é o branco.

As discussões étnico-raciais contemporâneas (Bethencourt, 2015; Hofbauer, 2006; Morning, 2011) e de racialização (Fanon, 2020; Wade, 2002) enfatizam a natureza social e cultural étnico-racial, e destacam que essa é uma construção humana que impacta nas relações sociais e nas experiências individuais e coletivas. Lélia González (2020) também se volta para as contradições internas brasileiras, e aponta a falsa ideia de harmonia entre as raças como formas de invisibilidades. A autora entende que o mito da democracia racial nega que a população negra sofre preconceito ou discriminação, e reforça nas instâncias culturais, educacionais e sociais a superioridade branca. No que se refere ao branqueamento da população negra, González (2020) considera que esse age no âmbito privado e também nas esferas conscientes e inconscientes. Consciente, quando o negro reproduz o que os brancos dizem entre si, pejorativamente, ao seu próprio respeito; na instância inconsciente, fortalece as imagens de controle²⁶.

Em termos materiais, a negação de discriminações raciais e a defesa de uma cidadania definida somente de modo amplo, na prática, ignora as distâncias sociais criadas por uma série de diferenças, como renda e educação, presentes no processo de formação histórica do nosso país de modo que uma das consequências é o racismo se perpetuar também pelas desigualdades sociais. As teorias conciliatórias serviram e servem para manter silêncios que mascaram e dificultam seu enfrentamento. Os apagamentos do trabalho e da luta negra na história brasileira obriga a nós, negros, esquecermos quem somos e isso dificulta questionarmos as nossas atuais condições econômicas, sociais e psicológicas.

Foram milhares de homens, mulheres e crianças torturados, assassinados e estuprados, durante esse processo de expansão capitalista europeu, baseado na exploração do povo negro e indígena; não só isso, após o período colonial, o negro brasileiro foi expulso, inclusive, da classe trabalhadora, por meio de políticas públicas de imigração baseada no embranquecimento da população. A negação do racismo, e a difusão de valores negativos como sinônimo de negritude, violenta toda a trajetória de um povo, ao qual foi negado o direito de sonhar e aspirar a condições dignas de cidadania: “As poucas exceções que conseguem furar os bloqueios da pobreza sofrem as

²⁶ Correspondem aos papéis e lugares estereotipados atribuídos aos homens negros e mulheres negras: “A mulher negra é vista na sociedade brasileira como o corpo que trabalha, e que é super explorado economicamente; ela é faxineira, cozinheira, lavadeira, etc. que faz o trabalho pesado das famílias de que é empregada; como um corpo que gera prazer e que é super explorado sexualmente, ela é a mulata dos desfiles de carnaval para turista, de filmes pornográficos, cuja sensualidade é incluída na categoria do “erótico-exótico” (González, 2020, p.69)

consequências de uma sociedade que não aceita o negro, especialmente quando este representa um elemento na concorrência de status social” (Silva, 2000, p.118). Em contrapartida, os brancos figuravam nos espaços de poder e formularam conceitos, valores e políticas públicas²⁷ que nortearam o país (Hasenbalg, 1979; Telles, 1992; Lovell, 1989; Andrews, 1992; Castro e Guimarães, 1993; Silva, 1993).

Aliado ao mito da democracia racial, a sociedade brasileira também sofreu um longo processo de branqueamento social em que termos como moreno (a), mulato (a), pardo (a), crioulo (a), entre outros, foram e continuam sendo usados como eufemismos que servem para a população negra se afastar da contribuição cultural africana e se aproximar da europeia. Ao longo da nossa história, o branqueamento social da população brasileira tem sido mantido e reforçado por ferramentas que incluem meios de comunicação (televisão e publicidade), produtos culturais (filmes, seriados e novelas), literatura, livros didáticos, entre outros, o que possibilita a perpetuação da ideia de um grupo social capaz de representar todas as pessoas de determinada sociedade, e quem não pertence a esse grupo aspira a se parecer ou se aproximar ao máximo dele (Araújo, 1999; Munanga, 2019). É dessa junção entre o mito da democracia racial e o embranquecimento da população brasileira que derivam nossos modos de vida e espaços ocupados que vão desde as formas de nos tratar entre si até as relações de emprego.

Embora no Brasil haja a maior diáspora africana do mundo (Knight et al, 1880), a norma – incluindo aparência física, costumes, música, religião, língua, política e outras arenas de relações sociais e de poder – são os padrões e valores europeus, sendo comum aos negros serem ensinados desde cedo que o racismo existe, mas trabalho duro, educação 'adequada' e 'bom' comportamento são fundamentais para evitar o sofrimento. Nesse contexto, o presente trabalho vai olhar para a colonização (Santos, 2020; Fanon, 2020), de modo que deixe explícito o *contrato racial* (Mills, 2023) estabelecido nas relações étnico-raciais com o objetivo de entendermos como os perfis-territórios de influenciadoras negras são construídos no pós-colonialismo.

Para isso, experiências emancipatórias como o quilombamento (Nascimento, 2010) nos darão substâncias para entendermos as diferentes formas de ocupação das pessoas negras nos espaços sociais contemporâneos, especificamente, na formação de marcas pessoais, exigência das dinâmicas ligadas a influência digital.

²⁷ “Entre 1890 e 1914, mais de 1,5 milhão de europeus cruzaram o Atlântico rumo a São Paulo, com a maioria (63,6%) das passagens pagas pelo governo do Estado” (Andrews, 1998, p. 98)

2.2 Tumbeiros, o nó colonial e o contrato racial

Esperança Garcia, escrava, escreveu uma carta endereçada ao Governador da Capitania de São José do Piauí, Gonçalo Lourenço Botelho de Castro, relatando as situações de violência sofridas na fazenda de Algodões, região próxima a cidade de Oeiras, localizada 300 km da futura capital, Teresina. O documento localizado no Arquivo Público do Piauí e publicado pela primeira vez no livro do historiador Luiz Mott, em 1985, é considerado símbolo de resistência e ato de insurgência às estruturas escravocratas brasileira por se tratar do primeiro manuscrito reivindicatório do Brasil, redigido por um escravizado. Além disso, é o primeiro registro material de autoria de um negro nascido neste país em condição de cativo:

Eu sou uma escrava de Vossa Senhoria da administração do Capitão Antônio Vieira do Couto, casada. Desde que o capitão lá foi administrar que me tirou da fazenda algodões, onde vivia com o meu marido, para ser cozinheira da sua casa, ainda nela passo muito mal. A primeira é que há grandes trovoadas de pancadas em um filho meu sendo uma criança que lhe fez extrair sangue pela boca, em mim não posso explicar que sou um colchão de pancadas, tanto que caí uma vez do sobrado abaixo peiada; por misericórdia de Deus escapei. A segunda estou eu e mais minhas parceiras por confessar há três anos. E uma criança minha e duas mais por batizar. Peço a Vossa Senhoria pelo amor de Deus ponha aos olhos em mim ordenando digo mandar ao procurador que mande para a fazenda de onde me tirou para eu viver com meu marido e batizar minha filha. (Transcrição da carta de Esperança Garcia (escravizada), capitania de São José do Piauí, 1770)

O documento descreve, além dos maus-tratos, a relação entre escravizados, coroa portuguesa e Igreja Católica, revelando que a organização racial teve papel estrutural na formação da sociedade brasileira. Essa é uma peça fundamental para desmistificar os estereótipos raciais e desmontar a ideia de submissão “natural” dos afrodescendentes escravizados. Ao expor a realidade de sua própria experiência e ao reivindicar seus direitos básicos como ser humano, Esperança Garcia desafia diretamente a noção de que a opressão era aceita passivamente pelos escravizados. Além disso, a carta confronta o mito da democracia racial e da convivência pacífica, expondo as injustiças e desigualdades profundas que permeavam a sociedade colonial e encobria as cruéis realidades do sistema escravocrata.

Do lado de lá do Atlântico, os portugueses tiveram sua identidade nacional fortemente embasada no catolicismo, na experiência da reconquista e na expulsão dos judeus e mulçumanos que não se converteram ao catolicismo. Ynaê Santos (2020), ao tratar da formação do Brasil a partir do racismo, traz que, entre os séculos XI e XIII,

Portugal não era apenas um país católicos, como lutava pela cristandade por meio de experiências como as Cruzadas, cujo objetivo era expandir a fé, tornando a identificação religiosa como ponto central para justificar as guerras expansionistas.

A autora, ao retratar os primeiros contatos dos portugueses com o continente africano, relembra que, no final do século XIV e início do século XV, Portugal estava condicionado a crescer apenas por mar, porque a força do reino de Castela impedia a expansão terrestre. Como marco relevante da expansão marítima estão a conquista de Ceuta (1415), no Mediterrâneo africano, a busca pelo reino de Prestes João, no meio da África, e o contorno do Cabo Bojador, na costa do Saara Ocidental. O contato com o novo continente representava a vitória portuguesa sobre o mar, entretanto, no continente africano, existiam sociedades soberanas, hierarquizadas e autossuficientes que até meados do século XVI não tinham sido dominadas nem militar, política ou economicamente por Portugal.

Santos (2020) explica que a solução para os portugueses foi estabelecer comércio com as cidades africanas, e o principal produto eram pessoas negras escravizadas de guerra para trabalhar na produção de gêneros primários na Península Ibérica: “A escravidão era uma instituição que existia em muitas sociedades africanas antes mesmo do contato com os europeus e mulçumanos” (Santos, 2020, p.34). É essencial reconhecer que a escravidão não foi um fenômeno exclusivo da experiência transatlântica ou do período colonial. Antes mesmo do envolvimento europeu no comércio de escravos, sistemas de escravidão, sobretudo, povos rivais de guerra, já existiam em várias sociedades africanas, embora seus contextos e práticas variavam significativamente de uma região para outra. Isso não justifica ou minimiza os horrores da escravidão transatlântica, mas amplia nossa compreensão da complexidade e profundidade desse fenômeno ao longo da história.

A ressalva, segundo a historiadora, é que os africanos não escravizavam seus “irmãos” do continente, como foi propagado como justificativa do comércio de pessoas mais à frente, mas, sobretudo, povos rivais de guerra, e a economia portuguesa, em sua expansão ultramarina, estavam diretamente ligadas à mão de obra desses africanos escravizados de guerra. O comércio de pessoas entre portugueses e africanos tornou-se uma atividade vantajosa, porque as tentativas portuguesas de submissão militar e política não tinham sido bem-sucedidas no continente africano. Nesse ponto, a infidelidade à fé católica passou a servir de justificativa moral para que os africanos escravizados de guerra pudessem trabalhar na Península Ibérica.

A igreja católica assume, então, um papel relevante nesse processo de expansão portuguesa, e oferece base ético-moral à burguesia mercantil. Interpretações de passagens do Antigo Testamento que associam a cor negra dos africanos ao mito do pecado de Cam ganharam força e fundamentaram uma correlação entre pecado, pertença racial e lugar de nascimento. Santos (2020) explica que a defesa moral da escravização africana por parte da igreja católica se enquadra em um novo sistema classificatório de grupos étnicos desenvolvido em Portugal, no qual a religião e a cor da pele tornaram-se critérios importantes. Desta forma, quando os portugueses atracaram em terras brasileiras, já existia um esquema étnico-racial hierarquizado e delineado:

Foi esse contato entre povos soberanos que deu início ao tráfico transatlântico de africanos escravizados, que nos quatrocentos anos seguintes foi responsável pela estruturação do mundo colonial nas Américas, do próprio capitalismo e da era moderna. Esse sistema lucrativo, dinâmico e complexo de compra e venda de seres humanos, em grande medida, nos ajuda a compreender a história do racismo no Brasil (Santos, 2020, p.33).

Assim, a escravidão moderna, mesmo não sendo a única forma de exploração do trabalho, organizou a colonização portuguesa das Américas e colocou indígenas e negros como centro dessa mão de obra. Outro ponto significativo apontado pela historiadora é que o tráfico transatlântico de africanos escravizados – muitas vezes não considerado como ciclo econômico português – deve ser entendido como um dos tipos de negócios mais significativos e lucrativos para Portugal, porque atravessou todo o período colonial e definiu aspectos basilares da formação do Estado brasileiro. Tudo isso, com o aval moral da Igreja Católica.

Tumbeiros era o nome dado aos navios negreiros que atravessavam o Atlântico com seres humanos comercializados e escravizados. As tumbas transatlânticas eram chamadas assim, porque muitos africanos morriam pelo caminho devido às condições sanitárias, alimentares, doenças, tristeza, suicídios, entre outros. A viagem ultramarina que tinha o ser humano como mercadoria e destino a desumanização, por meio da escravidão, “foi um dos comércios mais lucrativos da humanidade” (Santos, 2020, p.58).

No Brasil, o tráfico transatlântico de pessoas negras pode ser considerado o maior ciclo econômico colonial, tendo em vista que foi o lugar que mais recebeu africanos das Américas. Durante mais de três séculos, milhões de africanos foram traficados para o nosso país para trabalhar nas plantações de açúcar, café, mineração e outras atividades econômicas e a escravidão passou a ser uma instituição fundamental

na economia brasileira colonial, além de gerar um número significativo de proprietários de escravos. Tínhamos a captura, o transporte e a subjugação de milhões de pessoas com os impactos devastadores sobre as vidas e comunidades dos africanos e seus descendentes.

De acordo com o site *Slave Voyages*, criado pela Emory University, localizada em Atlanta (EUA), e financiado pelo National Endowment for the Humanities, W. E. B. Du Bois Institute for African e African-American Research de Harvard, embarcaram para o Brasil, entre 1551 e 1875, mais de 5 milhões de africanos, conforme figura 7:

Figura 7- Embarcados africanos entre os anos 1551 e 1875

	Spain / Uruguay	Portugal / Brazil	Great Britain	Netherlands	U.S.A.	France	Denmark / Baltic	Totals
1551-1575	0	2.928	0	0	0	0	0	2.928
1576-1600	0	30.476	0	1.282	0	0	0	31.758
1601-1625	0	183.766	0	334	0	0	0	184.100
1626-1650	0	162.791	0	30.608	0	0	150	193.549
1651-1675	0	235.303	1.217	1.341	0	0	0	237.861
1676-1700	0	294.101	750	0	0	0	0	294.851
1701-1725	0	473.973	1.329	0	0	1.511	0	476.813
1726-1750	0	534.002	510	0	795	0	0	535.307
1751-1775	386	526.925	846	0	0	0	0	528.157
1776-1800	0	670.655	0	0	0	0	0	670.655
1801-1825	867	1.123.313	0	0	498	6.074	0	1.130.752
1826-1850	0	1.232.539	0	0	440	3.598	0	1.236.577
1851-1875	0	8.812	0	0	0	0	0	8.812
Totals	1.253	5.479.584	4.652	33.565	1.733	11.183	150	5.532.120

Fonte: base de dados do Slave Voyages (www.slavevoyages.org). Acesso: 28 de fev. 2024

As informações acima trazem evidências demográficas para pensarmos a escravidão nas Américas. Este é um levantamento fruto de pesquisas independentes e colaborativas encontradas em bibliotecas e arquivos de todo o mundo Atlântico e representa um trabalho multidisciplinar de historiadores, bibliotecários, especialistas em currículo, cartógrafos, programadores e designers, em consulta com estudiosos do tráfico de escravos de universidades da Europa, África, América do Sul e América do Norte. David Eltis (2000), um desses pesquisadores, explica que a partir do final do século XV, o oceano Atlântico, anteriormente uma imponente barreira que dificultava a interação entre os povos dos quatro continentes banhados por suas águas, transformou-se em uma rota comercial que pela primeira vez uniu as histórias da África, Europa e

Américas. Como evidenciado pelos números, a escravidão e o comércio de escravos foram os pilares fundamentais desse processo.

Eltis (2000) sublinha que os fatores econômicos operavam dentro de um ambiente cultural mais amplo. Em última análise, a noção de quem poderia ou não ser escravizado era uma função de atitudes profundamente enraizadas que diferiam entre africanos e europeus. Os europeus possuíam uma concepção mais ampla de etnicidade, que se traduzia numa visão abrangente e subcontinental de comunidade partilhada. Consequentemente, os europeus definiram-se, independentemente da nacionalidade, como um único grupo cultural livre de serem escravizados uns pelos outros. Em contraste, os africanos tinham uma visão muito mais estreita da etnicidade, tornando-os mais susceptíveis de serem escravizados ao estabelecerem contacto com os europeus. Sem um profundo sentido de ligação transnacional, os africanos estavam culturalmente mais predispostos a venderem-se uns aos outros como escravos.

O autor afirma ainda que o carácter do comércio de escravos também foi influenciado por parâmetros culturais. Ao analisar o gênero e a escravatura, Eltis (2000) observa que os comerciantes e proprietários de plantações europeus expressaram uma preferência por adquirir proporções mais elevadas de escravos do sexo masculino. Parte da sua lógica não resultou de preocupações sobre a maximização dos lucros ou da eficiência das plantações, mas da compreensão europeia estereotipada dos papéis de gênero. Contudo, quando confrontados com a realidade do cenário laboral africano, onde as mulheres estavam habituadas a estar envolvidas numa maior variedade de atividades profissionais, os comerciantes europeus aceitaram um papel económico mais amplo para as mulheres, desde que fossem de origem africana.

Eltis (2000) explica que, ironicamente, a maior liberdade económica das mulheres em África também se traduziu numa maior disponibilidade por parte dos comerciantes africanos para venderem mulheres como escravas. Por outro lado, o papel mais circunscrito das mulheres na Europa traduziu-se num número relativamente menor de mulheres migrantes a entrar nas Américas. Assim, a migração feminina africana, em condições de escravatura, ultrapassou significativamente a migração feminina europeia sob os limites culturais da liberdade.

Entretanto, esse comércio de pessoas não ocorria apenas via migração forçada por meio do tráfico transatlântico. O'malley e Borucki (2017) afirmam que centenas de milhares de sobreviventes africanos do comércio transatlântico de escravos suportaram longas e contínuas viagens no lado americano do Atlântico. Havia uma movimentação

significativa desses escravizados dentro das Américas, com rotas próprias, que devem ser consideradas ao examinarem a história e a cultura da diáspora africana. Os autores lembram que essas movimentações não se limitavam à demografia e à economia, apresentando também implicações importantes para as possibilidades sociais das comunidades negras nas Américas. As rotas de escravos que atravessaram as fronteiras coloniais — bem como o fluxo contínuo de fugitivos através das fronteiras marítimas e terrestres — criaram redes sociais que ligam as comunidades negras em todas as Américas. Desta forma, as migrações intra-americanas moldaram as características políticas, sociais e culturais das comunidades diaspóricas africanas e das sociedades mais amplas em que se encontravam (O'malley, Borucki, 2017). Aqui, fica explícito que a formação de redes entre comunidades negras nas Américas e no mundo é uma prática recorrente e antiga.

No caso do Brasil, o país recebeu mais escravos no comércio transatlântico do que qualquer outra região da América, com mais de cinco milhões de africanos em 1850 (*Slave Voyages*, 2024). O'malley e Borucki (2017) explica que o tráfego transatlântico prosperou nos portos de Salvador, Recife, Rio de Janeiro e Maranhão, mas a distribuição interna desses escravizados eram feitas por meio de leilões. Logo, internamente, havia um fluxo contínuo terrestre de pessoas escravizadas. Foi nesse contexto de tráfico transatlântico, e também dentro da própria América, que indivíduos brancos, donos de escravos, construíram seus patrimônios, lugares sociais e exerceram a cidadania, que incluía comprar e vender homens e mulheres negros. No Brasil, ser proprietário de escravos trazia consigo não apenas ganhos econômicos, mas também status e prestígio social. Conforme Ynaê Santos (2020, p. 67), “o contrário de ser escravizado não era ser livre, mas proprietário de escravizados”

O filósofo e psiquiatra Frantz Fanon (2020) analisa a opressão colonial e suas estruturas econômicas e sociais subjacentes; ele argumenta que os negros exibem diferentes comportamentos ao interagir com outros negros, em comparação com suas interações com pessoas brancas. O centro do seu pensamento é um complexo psicoexistencial que se refere à interseção entre a psicologia individual e a experiência coletiva de grupos assujeitados pelo colonialismo. O autor explica que a opressão colonial não apenas tem implicações políticas e econômicas, mas também profundas consequências psicológicas e existenciais para os colonizados, que internalizaram a visão de si mesmos e do mundo propagada pelos colonizadores. O desejo de ser branco, por meio de características culturais e sociais associadas à cultura dominante, foi

desenvolvido por muitos indivíduos colonizados e isso resultou em uma alienação de si mesmo e na negação de sua própria identidade e cultura. Desta forma, a violência do colonizador não causou apenas danos físicos, mas também traumatizou psicologicamente os colonizados, levando a uma sensação de inferioridade, raiva reprimida e um desejo de resistência.

Essa ideia continua sendo relevante para análises contemporâneas, e a reprodução de valores brancos, por parte dos negros pós-coloniais, é reflexo desse sentimento de inferioridade fundamentado na desumanização de negros. O negro estabelece um complexo de dependência para tentar se igualar ao branco e ter sua humanidade reconhecida. Há, então, um sentimento de não pertencimento ao próprio corpo por ser julgado como não civilizado, feio e assustador, gerando conflitos internos e externalizações de angústia e alienação. O domínio colonial colocou, no centro das relações, padrões culturais, comportamentais e estéticos de pessoas brancas, e a busca por aceitação, por parte dos negros, segundo Fanon (2020), vem por meio de assimilação. O autor atribui aos colonizadores a responsabilidade de os negros sentirem, paradoxalmente, esse desprezo da própria identidade e, ao mesmo tempo, ter a necessidade de se aproximar do perfil dos brancos:

O homem só é humano na medida em que ele quer se impor a um outro homem, a fim de ser reconhecido. Enquanto ele não é efetivamente reconhecido pelo outro, é este outro que permanece o tema de sua ação. É deste outro, do reconhecimento por este outro que dependem seu valor e sua realidade humana. É neste outro que se condensa o sentido de sua vida (Fanon, 2008, p 180).

Dito em outras palavras, a assimilação e integração dos negros à cultura branca faz parte dessa tentativa de reconhecimento e validação do outro que, ao longo da colonização, não foi considerado nem ser humano e, sim, mercadoria. São circunstâncias em que os afrodescendentes, cuja língua e cultura foram subjugadas por países que se autodenominam civilizadores, se vêem confrontados com um profundo sentimento de inferioridade, buscando ao menos se aproximar do ideal de ser humano. Tais máscaras trazem consigo complexos psicológicos e sociais que impedem o desenvolvimento saudável da autoestima e da identidade racial de pessoas negras.

Nessa convivência, a relação entre negro-branco, segundo Fanon (2020), oprime o grupo dominado, ao impor os valores e as crenças do grupo dominante, e faz também com que o grupo dominado incorpore valores e crenças que reforçam a posição

privilegiada do grupo dominante. Além, disso, socialmente, o negro é punido de forma mais severa que o branco, de modo que não tem espaço na sociedade para ser mediano ou medíocre, porque, ao destoar dos padrões considerados civilizados, é colocado em uma posição de desvio de comportamento. Em contrapartida, ainda que faça tudo dentro do que se espera e com mérito é comum os elogios virem acompanhados de “apesar da sua cor” (Fanon, 2020). Trata-se da forma como as pessoas negras estão inseridas socialmente na medida em que o reconhecimento de suas conquistas vem com o pano de fundo: a desumanização. É negado o reconhecimento intelectual ao negro, reduzido ao potencial sexual com base nas ideias de selvagem, viril e violento: “O branco está convencido de que o negro é um animal; se não for o comprimento do pênis, é a potência sexual que o impressiona” (Fanon, 2020 p.147).

Fanon (2020, p. 108) chama de “complexo inato” a forma racializada de atribuir características essencialistas a grupos humanos ou a indivíduos, de acordo com diferenças historicamente construídas e determinadas. O conceito volta-se ao “natural” comportamento de um indivíduo negro, que sempre agirá de determinada forma, e sua diferença em relação ao homem branco. Isso se origina na racialização e no racismo inerentes à sociedade colonizada. Dito de outra forma, na experiência da pessoa negra, o corpo precede a expressão verbal, o racismo antecede a formação da subjetividade e a marca de ser negro chega em tudo aquilo que somos. Seremos “intelectual negro, médico negro, etc.” (Fanon, 2020). Acrescenta-se à fala do autor, a influenciadora negra.

A subjetividade de uma pessoa negra se manifesta no seu corpo de maneira única, de modo que sua identidade é intrinsecamente ligada à sua negritude. Independentemente de quem essa pessoa negra seja ou se torne, sua experiência de vida, perspectivas e interações serão moldadas pela sua negritude. Assim, sua identidade é frequentemente marcada e percebida como negra, refletindo as complexidades e nuances da sua existência dentro de uma sociedade que muitas vezes atribui significados e estereótipos baseados na raça. Nascer negro já se impõe como uma condição central no processo de internalização e assimilação do sofrimento.

Para Fanon (2020), a negritude é descrita como uma condição humana interrompida, uma vez que é sistematicamente moldada por falta, em contraste com a branquitude, que é caracterizada pela abundância. Enquanto na branquitude existe uma percepção de plena capacidade de agir de forma racional e distante da "animalidade", na negritude essa capacidade é frequentemente negada ou questionada. O racismo opera ao

animalizar as pessoas negras, restringindo sua experiência à sua aparência física, independentemente de suas palavras ou ações. Isso resulta em uma percepção reducionista da identidade negra, perpetuando estereótipos e limitando oportunidades. Sobre o tema Neusa Santos Souza (2021) aponta:

A representação do negro como elo entre o macaco e o homem branco é uma das falas míticas mais significativas de uma visão que o reduz e cristaliza à instância biológica. Essa representação exclui a entrada do negro na cadeia de significantes, único lugar de onde é possível compartilhar do mundo simbólico e passar da biologia à história (Souza Santos, 2021, p.57).

Ao enfatizar a exclusão do negro da esfera simbólica e da história, a citação sugere que em última medida a verdadeira humanidade e a plena participação na sociedade só são alcançáveis quando se é reconhecido como parte da cadeia de significantes, ou seja, quando se é reconhecido como sujeito capaz de produzir significado e participar ativamente na construção da cultura e da história. Isso não poderá ser feito sem combater a compreensão social desracializada.

Charles Mills (2023) argumenta que questões étnico-raciais não estão ligadas apenas à diferença biológica ou à identidade, ao contrário, há uma construção social profundamente enraizada que molda as relações de poder em sociedades predominantemente brancas. O autor cunha o termo contrato racial, fazendo uma conexão com o conceito dominante de contrato social²⁸, para tratar de um conjunto de normas não escritas que governam as interações entre pessoas de diferentes raças, mantendo o sistema de dominação e privilégio branco: “Não é uma questão de mundos políticos diferentes, mas de perspectivas hegemônicas e subalternas sobre o mesmo mundo político – embora experimentado e visto de forma muito diferente das posições de privilégio e subordinação social” (Mills, 2023, p.26). Há um contrato implícito, que opera em níveis institucionais, culturais e sociais, entre os membros brancos de uma sociedade, que concede privilégios e poderes aos brancos em detrimento das pessoas não-brancas.

O contrato racial de Mills (2023) explicita como o racismo é incorporado nas estruturas e relações de poder de uma sociedade, conferindo benefícios sistemáticos aos brancos, diferente das teorias políticas tradicionais que sequer consideram a questão da

²⁸ Em linhas gerais e a grosso modo, o contratualismo, cujas formulações iniciais foram dadas por Hobbes, Locke, Rousseau e Kant, e que tem na figura de John Rawls sua versão contemporânea, propõe fundamentar a legitimidade de certa ordem política com o argumento de que ela poderia receber o consentimento de pessoas, indivíduos abstratos e universais, que se encontravam em determinada situação pré-política para uma situação política por meio do “contrato social”.

raça. O autor coloca o tema no centro de suas análises para compreender como a componente racial desempenha um papel basilar na estruturação de poder e injustiça social nas sociedades ocidentais.

De base filosófica africana, afro-diaspórica e marxista, a construção da ideia de contrato racial inicia revisando, racializando e questionando os vícios de origem do contrato social – que teve influência significativa nas teorias políticas contemporâneas –, para tratar dos fundamentos estruturais da ordem social que é enraizada em um sistema político não nomeado. cujo supremacia branca encontra-se no centro. Entende-se a supremacia branca como um sistema político não nomeado em que a solidariedade branca global tem dimensões políticas e materiais de práticas transnacionais:

Minha alegação, então, é que, conforme empregada de maneira-padrão, a metáfora do contrato social da teoria política ocidental revivida por Rawls, da década de 1970 em diante, não é nem remotamente um aparato neutro para representar essas realidades, mas é um aparato tendencioso e, de modo profundo, teoricamente enviesado. Em vez disso, precisamos trabalhar com a metáfora concorrente e mais útil de um "contrato de dominação", seja para raça, como no contrato racial, ou em outros contextos. Assim, seremos capazes de nos envolver com as linhagens mais influentes do discurso liberal e, ao mesmo tempo, dar voz às pessoas de pele escura vitimadas pela dominação racial do Ocidente e pela conseqüente injustiça racial. A questão da justiça social, então, se torna principalmente uma questão de justiça corretiva (Mills, 2023, p.27)

Ao invés de isolar os universos conceituais distintos entre dominantes e subalternos, Mills (2023) utiliza do espaço discursivo das teorias dominantes para propor linhas de investigação racialmente informadas. O autor desafia os pressupostos da ética e da filosofia política, que ao mesmo tempo que se dizem preocupadas com as discussões de justiça e direitos em abstrato, também são, historicamente, focadas em conquista, imperialismo, colonialismo e povoamento branco. O contrato racial inclui normas de pertencimento e também apresenta uma natureza epistêmica, porque estabelece padrões através dos quais os sujeitos aprendem a realidade ao redor.

Nesse caso, Mills (2023) chama de “epistemologia investida” o olhar das pessoas, sobretudo brancas, propositadamente formado para não enxergar a opressão racial: “Pode-se dizer, há um acordo para interpretar erroneamente o mundo. É preciso aprender a ver o mundo de maneira errada, mas com a segurança de que esse conjunto de percepções equivocadas será validado pela autoridade epistêmica branca” (Mills, 2023, p. 52). A invisibilidade racial, na medida em que torna a raça de grupos dominantes invisível e subordina raças minoritárias, opera dentro do contrato racial e normatiza espaços e faz a distinção entre pessoas e (sub)pessoas. Há, então, um contrato

manifesto, que o indivíduo costuma ser objeto de normatização explícita e voltada para o contrato social padrão, e o contrato racial encoberto que demarca espaços em si e os indivíduos nele contidos não são homogêneos e apresentam distinções normativas explícitas.

A esta tese interessa a discussão sobre esses espaços demarcados socialmente, construídos com base na ideia de civilidade (para os europeus) e de selvagem (para os demais), porque há reflexos significativos nos dias atuais. Pensaremos nos perfis das influenciadoras negras, a partir dessa lente que distingue pessoas e (sub)pessoas (Mills, 2023), para tratar das diferentes posições sociais e políticas dentro de uma estrutura racializada. Por pessoas, o autor refere-se aos membros privilegiados e dominantes da sociedade, que desfrutam de vantagens, poder e privilégios decorrentes da posição social. Nas sociedades racialmente estratificadas, as pessoas são geralmente brancas e beneficiam-se do sistema de hierarquia racial. Em contraste, as (sub)pessoas ocupam posições marginalizadas e subordinadas na estrutura social. Eles enfrentam opressão, discriminação e têm acesso limitado a recursos e oportunidades devido à sua posição racialmente subordinada. Nas sociedades racialmente estratificadas, as (sub)pessoas são frequentemente pessoas não brancas:

O contrato racial é aquele conjunto de acordos ou meta acordos formais ou informais [...] entre os membros de um subconjunto de seres humanos, doravante designados por (mutáveis) critérios “raciais”(fenotípicos/genealógicos/culturais) C1, C2, C3..., como “branco” e coextensivos (levando em consideração a diferenciação de gênero) com a classe de pessoas plenas, para caracterizar o subconjunto restante de seres humanos como “não brancos” e com um status moral diferente e inferior, subpessoas, de modo que tenham uma posição civil subordinada em regimes políticos brancos ou governados por brancos que os brancos já habitam ou estabelecem (Mills, 2023, p. 43).

Tal distinção põe luz na estrutura social moldada pelas relações de poder e a raça, e que desempenha um papel significativo na determinação das oportunidades e experiências das pessoas dentro dessa estrutura, em que as ações dos grupos dominantes são justificadas e as de grupos minoritários são, frequentemente, demonizadas ou criminalizadas. O fato é que o contrato racial se volta ao comportamento dos brancos em suas relações uns com os outros, entretanto, não se aplica aos não-brancos ou aplica-se de forma qualificada, dependendo de qual variedade particular de não-brancos está envolvida. Para Mills (2023), o objetivo geral do contrato “é sempre criar um privilégio diferencial dos brancos como grupo em relação aos não brancos como grupo, a

exploração de seus corpos, terras e recursos e a negação de oportunidades socioeconômicas iguais para eles” (Mills, 2023, p. 44).

O contrato racial é composto também, segundo o autor, por assimetria moral, hierarquia racial, privilégios raciais, exploração e expropriação, legitimação do Estado, violência racial, perpetuação intergeracional, resistência e subversão e desmantelamento. Por isso, esse acordo está continuamente sendo reescrito, porque não é estático, ao contrário, evolui com as mudanças nas condições sociais e de poder. Na contemporaneidade, não há, como já houve, de forma explícita, uma legislação para subalternizar pessoas de raças distintas, mas os acordos tácitos feitos por aqueles que abraçam as vantagens acumuladas da branquitude permanecem firmes e exploram o legado de regimes anteriores, inclusive, negando a existência de racismo. Isso torna a luta antirracista mais complexa.

Nesse ponto, Mills (2023) deixa explícito que existem signatários e beneficiários do contrato racial. No primeiro caso, os signatários são aquelas pessoas que defendem abertamente ideias supremacistas brancas, negam direitos básicos às pessoas de pele escura, ou aceitam abertamente, de forma cúmplice, por meio da indiferença ou ignorância voluntária, as vantagens da branquitude. Já, no segundo caso, os beneficiários são aqueles que, por mais que recebam vantagens por serem brancos, optam por recusar e não se beneficiar dele. Desta forma, o contrato é “entre aqueles categorizados como brancos sobre os não brancos, que são, portanto, os objetos e não os sujeitos do acordo” (Mills, 2023, p. 44). Há, então, uma dimensão política e moral no estabelecimento do contrato racial.

No caso da dimensão política, explica Mills (2023), o contrato racial reserva a uma parte da humanidade a cidadania plena, entendida como acesso a direitos e à estima social, ao instituir as categorias “branco” e “não branco” na função de organizadores primários da vida social. Já a dimensão moral do contrato racial coloca em xeque a ideia de igualdade pregada pelos teóricos do contrato social, visto que nem todos os seres humanos têm seus interesses igualmente representados socialmente. Ontologicamente, há uma distinção e oposição entre pessoas, consideradas brancas, e moralmente plenas, e (sub)pessoas, os não brancos e parcialmente aptos ao exercício da liberdade.

Repensar as fronteiras da filosofia política convencional, as distinções internas do ambiente político e abordar questões normativas, geralmente, negligenciadas ou, de forma mais contundente, rapidamente rejeitadas pela corrente dominante, é uma das formas de enfrentamento, na perspectiva coletiva, dessa distinção entre sujeitos

hegemônicos e subalternos. Isso, claro, pensando na busca por emancipação. Para nós, no Brasil, as hierarquias raciais têm um *modus operandi* particular, de difícil exposição, como explica Cardoso (2022), ao destacar que desde a infância os negros brasileiros são submetidos a formas violentas e esvaziadas de enxergar os próprios valores: “É importante frisar que a agressão étnica visa atingir não só o indivíduo, mas também os seus mecanismos de representação coletiva” (Cardoso, 2022, p.20). O paradoxo é que o nosso país, mesmo tendo a maior população negra fora da África e a segunda maior do planeta, ainda assim expressa uma pergunta recorrente: “onde estão os negros?”

As relações inter-raciais no Brasil, no que tange aos negros, apresentam um aspecto distinto. Conforme Beatriz Nascimento (2018, p. 44),

Sentimos, nos pretos, que a tolerância conosco camufla um profundo preconceito racial, que aflora nas mínimas manifestações, inclusive naquelas que aparentam ter um cunho afetivo. A todo o momento o preconceito racial é demonstrado diante de nós, é sentido.

Beatriz Nascimento (2018), inclusive, questiona a tolerância do negro brasileiro a determinadas situações, que por vezes nem percebe a intenção de humilhar e desumanizar, mas que algumas destas manifestações já foram incorporadas socialmente como parte desse grupo de pessoas. Nos casos em que a agressão ocorre de forma explícita por parte dos brancos, os negros ainda refletem antes de reagir de modo que “o preconceito racial contra o negro é violento e ao mesmo tempo sutil, que ele existe latente e muitas vezes vem à tona nas relações entre nós mesmo. Temos, vamos dizer, uma atitude de amor e ódio por nós mesmos; a presença, o confronto com o outro nos incomoda também” (Nascimento, 2018, p. 45).

O estabelecimento desse contrato racial encoberto, base do pensamento de Mills (2023), opera, justamente, na negação, na repulsa, no afastamento e na exclusão. Temos, então, representações negativas associadas ao corpo negro reiteradas por séculos, nas trocas sociais e simbólicas. Articulamos, aqui, considerando a diáspora negra (Gilroy, 2010), duas teorias importantes na análise das questões raciais e do colonialismo: o complexo psicoexistencial de Fanon (2020) e o contrato racial de Charles Mills (2023). Embora os autores façam abordagem desses temas de maneiras distintas, ambos contribuem significativamente para a compreensão das dinâmicas sociais e psicológicas relacionadas as relações étnico-raciais e ao colonialismo. São pensamentos que se complementam, porque, enquanto Fanon (2020) se concentra nas

experiências individuais e psicológicas dos colonizados, Mills (2023) analisa as estruturas sociais e políticas que perpetuam a opressão racial. Juntas, essas teorias colocam luz nas complexidades do racismo e do colonialismo, além de apontar caminhos para a resistência e transformação social.

Levando esses aspectos em conta, o tópico seguinte será destinado a pensarmos a construção de espaços simbólicos por afrodescendentes em diáspora, como elementos estruturantes do campo social.

2.3 Dispositivo de racialidade, branquitude e subalternidades

A reparação do trauma da colonização é um processo complexo e multifacetado que envolve reconhecimento, justiça e transformação estrutural. “A colonização é um trauma permanente, ferida aberta, sangria desatada. A libertação dos produzidos como desvio ao longo da tragédia é uma emergência; uma dívida. Quais são os caminhos possíveis para a reparação?” (Simas, Rufino, 2019, p. 17). A interrogação feita por Simas e Rufino (2019) possibilita iniciarmos um exercício de imaginação que nos faz ir de encontro aos dogmas já cristalizados na História. Saímos desse lugar que insiste em colocar as pessoas negras como seres primitivos e incivilizados para tensionamentos difíceis de serem feitos ou que sequer tem respostas, mas que invoca, de forma múltipla, nossas existências. São perguntas que nos põem de frente com as nossas subjetividades e nos afasta da naturalização da barbárie imposta pela colonização, além de trazerem consigo o inconformismo, a necessidade de transgredir e reconstruir determinados padrões, sobretudo no contexto brasileiro rumo à emancipação.

Para pensar sobre a construção desses lugares de possibilidades vistos de uma perspectiva racializada, é preciso tensionar os lugares sociais postos. Para isso, usaremos o dispositivo de racialidade, proposto por Sueli Carneiro (2023), inspirado em Foucault (2000)²⁹, com intuito de compreender as dinâmicas das relações raciais no Brasil. Carneiro (2023) faz um movimento semelhante ao de Mills (2023), ao se aproximar e convocar o conceito de dispositivo do autor francês, para estabelecer um diálogo que utilize gramáticas semelhantes a esse ‘eu hegemônico’, cujo propósito é colocar uma lupa naqueles que são lidos e colocados como invisíveis nessas relações.

²⁹ Foucault (2000, p.144) define assim a noção de dispositivo: “Através deste termo tento demarcar, em primeiro lugar, um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não-dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos”.

Ao combinar poderes, conhecimentos e formas de subjetivação, há uma geração de estruturas de submissão e marginalização que afetam a comunidade negra no Brasil, ao mesmo tempo em que reforça a predominância branca nos espaços de poder (Carneiro, 2023, p.13).

Um adendo importante para entendermos o dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023) é olhar para a perspectiva foucaultiana, usada pela autora, considerando que as práticas sociais são constituídas discursivamente e os discursos formariam sujeitos e objetos que se condicionam, deslocam, multiplicam ou invertem em relações de poder. Tais relações são impulsionadas por uma dinâmica que envolve a ideia de produção da verdade, a partir da vontade de saber a verdade do sujeito, mas não como unidades universais e necessárias e sim mediante as práticas, que podem ser jogos teóricos e científicos, práticas sociais ou práticas de si:

Se o sexo, conforme Foucault mostra em *História da sexualidade*, é o demarcador de uma verdade sobre o sujeito que define a sua normalidade ou anormalidade, a raça é, em meu entendimento, outro demarcador para a apreensão dessa verdade; por meio dela se evidencia o valor de cada agrupamento humano, a medida de sua humanidade, a normalidade de cada qual. Assim, o saber sobre o negro é considerado como prática discursiva de diferenciação social segundo a racialidade, que permite a distinção social de cada indivíduo por discursos de raça produzidos no interior de relações de poder (Carneiro, 2023, p. 39)

Segundo a autora, o dispositivo de racialidade opera na sociedade brasileira produzindo poderes, saberes e subjetividades, além de ganhar uma dimensão específica, em que as pessoas negras são inferiorizadas e anuladas enquanto sujeitos morais, políticos e de direito. Há, tanto na produção discursiva quanto nas práticas sociais, exclusões e interdições que promovem “a inscrição de indivíduos e grupos no âmbito da anormalidade, na esfera do não ser, da natureza e da desrazão, contribuindo para a formação de um imaginário social que naturaliza a subalternização dos negros e a superioridade dos brancos” (Carneiro, 2023, p. 14).

Em particular, Carneiro (2023) argumenta que o dispositivo de racialidade estabelece uma forma de ver o mundo que cria uma divisão entre o "Eu" e o "Outro", especialmente no que diz respeito aos negros. Tal divisão é fundamental para promover uma ideia de diferença, que fundamentará a relação de desigualdade entre brancos e negros no Brasil, na qual o "Eu" se define pela negação e inferiorização do "Outro" (Carneiro, 2023, p.31). Isso significa que o "Eu" se apresenta como naturalmente superior, sendo o padrão de humanidade e a idealização do Ser. Por conseguinte, o "Outro" – no caso do Brasil, pessoas negras e indígenas – é caracterizado como

irracional, incapaz de alcançar a moralidade, acultura e a civilização, e é relegado ao estatuto de não-Ser.

Consequentemente, de acordo com Carneiro (2023), o conceito de racialidade também estabelece uma dualidade entre positivo e negativo, utilizando a cor da pele como um marcador de identidade normal, sendo a branquitude sua representação. Essa dualidade resulta na desumanização do "Outro", o que por sua vez legitima políticas estatais brasileiras que visam exterminar aqueles considerados indesejáveis (como a Lei da Vadiagem e as políticas imigratórias no período pós-abolição), em nome da segurança, do desenvolvimento e da preservação da branquitude: “A dinâmica instituída pelo dispositivo de poder é definida pelo dinamismo do Ser em contraposição ao imobilismo do Outro” (Carneiro, 2023, p.29). Aqui, é importante destacar que não é simplesmente uma questão de identidade individual, mas sim um sistema complexo de opressão estrutural que permeia todas as áreas da sociedade.

A autora argumenta que a construção da racialidade ocorre dentro de um domínio permeado por relações de poder capazes de direcionar, por meio de técnicas de saberes e de discursos, sistemas de dominação social como colonização, domesticação, eugenia ou repressão, além disciplinas científicas como a medicina legal, psiquiatria, antropologia, criminologia e a craniologia. Cada um desses espaços se configurou em lugares, onde a racialidade foi estudada de forma a invisibilizar e objetificar os negros e os não brancos em geral. No contexto brasileiro, a experiência da racialidade negra não foi uma exceção a esse padrão, e o contrato racial (Mills, 2023), diferente do contrato social que é supostamente neutro, funciona como esse acordo firmado entre iguais no qual os desiguais se inserem como objeto de subjugação:

São múltiplas as interdições desencadeadas pelo dispositivo de racialidade. O negro é interditado enquanto ser humano, enquanto sujeito, enquanto sujeito de direito, enquanto sujeito moral, político e cognoscente. A interdição é um operador de procedimentos de exclusão, presentes tanto na produção discursiva como nas práticas sociais derivadas da inscrição de indivíduos e grupos no âmbito da anormalidade, na esfera do não ser, da natureza e da desrazão. As interdições são aliadas, enfim, da formação de um certo imaginário social que naturaliza a inferioridade dos negros (Carneiro, 2023, p.121)

O assujeitamento pela racialidade ou etnicidade coloca luz na heterogeneidade e na natureza de práticas que investigam e fundamentam os atributos, supostamente, essenciais do Eu hegemônico (branco) e do Outro. Um dos resultados é a produção e a discriminação de assimetrias raciais como elemento estruturante do campo social. Para a autora, o racismo se manifesta como um instrumento de poder em sociedades

multirraciais com histórico de escravidão, onde as "contradições de raça e classe se mesclam" (Carneiro, 2023, p. 58). Essa fusão indica que o racismo desempenha um papel fundamental na configuração da sociedade brasileira desde os tempos coloniais, influenciando até mesmo a estrutura de classes, mantendo a população negra confinada às camadas mais desfavorecidas e assegurando os privilégios da branquitude.

O dispositivo de racialidade, segundo Carneiro (2023), opera em conjunto com o biopoder (Foucault, 2010, 2017), para facilitar estratégias de eliminação do Outro indesejado. O autor argumenta que o poder não se manifesta apenas em formas coercitivas, como leis e punições, mas também opera de maneira mais sutil e difusa, regulando e controlando os corpos e as vidas dos indivíduos. Foucault (2010, 2017) cunhou o termo para descrever esse tipo de poder que se estende sobre a vida humana e as populações e opera por meio de instituições e práticas que visam regular e controlar aspectos da vida biológica e social, como natalidade, mortalidade, saúde, sexualidade, reprodução e comportamento. Com base no contrato racial (Mills, 2023) e seguindo a lógica do biopoder, este dispositivo de racialidade determina quem deve sobreviver e quem deve perecer, “marcando a negritude como algo associado à morte, enquanto privilegia a preservação da vida da branquitude” (Carneiro, 2023, p.65). O extermínio do Outro é sancionado pelo racismo, que funciona como um mecanismo de legitimação do direito do Estado de provocar a morte por ação ou omissão.

Conforme citamos na Introdução desta tese, de acordo com a pesquisa “Quem te influencia?”³⁰, realizada pela YOUPIX em parceria com a MindMiners, os influenciadores brasileiros mais lembrados de forma espontânea foram, majoritariamente, homens brancos e isso serve para pensarmos nos dispositivos que operam, e na maneira como eles se articulam e se retroalimentam, para cumprir objetivos estratégicos que demarcam a humanidade como sinônimo de branquitude e a construção do Outro como sinônimo de não Ser. Na mesma pesquisa, foram citados 130 perfis de influenciadores, divididos em 13 categorias de atuação³¹, apenas uma pessoa negra figura na lista e é a influenciadora Camilla de Lucas, citada como a nona pessoa mais lembrada, com 31,8%, na categoria humor.

A invisibilidade da presença negra na cena brasileira de influenciadores digitais, em uma pesquisa espontânea, demonstra que a branquitude segue à frente de várias

³⁰Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/11/os-influenciadores-mais-queridos-pelo-publico-brasileiro/#foto2> Acesso: 19 de março de 2024

³¹ As categorias foram: Humor, Entretenimento, Esporte/Fitness, LGBTQIA+, Moda, Beleza, Estilo de Vida, Celebidades, Viagens, Família, Game/Nerd, Educação e Gastronomia.

dimensões da vida social. Para Sueli Carneiro (2023), há uma complexa estrutura opressiva fundamentada no contrato racial (Mills, 2023), nas relações de poder e práticas discursivas, inclusive científicas, que negam as discriminações e assimetrias raciais:

A pobreza se instituiu como condição crônica da existência negra, na medida em que a mobilidade de classe torna-se controlada pela racialidade. Essa dinâmica tem efeito paralisante sobre o grupo dominado, produzindo seu confinamento aos patamares inferiores da sociedade e produzindo resistências que se constituem muitas vezes como mecanismos de inscrição da racialidade subjugada na dinâmica do dispositivo, e menos como estratégia de emancipação (Carneiro, 2023, p.58)

Em outras palavras, os negros e os não brancos são percebidos como "o Outro" quando vistos coletivamente. Eles não são considerados portadores dos traços raciais "civilizatórios" para o projeto de branqueamento da sociedade brasileira, que tem raízes eugênicas. Esse projeto tem sido promovido desde o fim da escravidão, sustentado pelo mito da democracia racial, políticas estatais de branqueamento e pela disseminação do racismo e da discriminação racial, que atuam como mecanismos disciplinares, orientadores e estruturadores das relações raciais, sociais e econômicas no Brasil. Nesse ponto, vale destacar que os usos político-ideológico da mestiçagem, e a da miscigenação do século XXI, foi um dos caminhos na tentativa de superar a ameaça das elites brasileiras com a presença dos negros e da sua cultura na formação da identidade étnica do nosso país (Munanga, 2023).

A homogeneização e a tentativa de dissolução da diversidade racial e cultural brasileira caminhou para a predominância cultural branca, considerada civilizada, e a invisibilização e até o desaparecimento dos elementos culturais não brancos, considerados raças inferiores, tendo a mestiçagem como mitigação dos racismos. Munanga (2023) entende a mestiçagem como mecanismo de aniquilação da identidade negra e afro-brasileira, já que no Brasil ela foi pensada para ser uma etapa transitória no processo de branqueamento da população. Isso é justificado com a percepção da cor no nosso país passar por elementos não raciais (sociais, culturais, psicológicos, econômicos), ligados à posição de classe e ao poder econômico: "A maior parte das populações afro-brasileiras vive hoje nessa zona vaga e flutuante. O sonho de realizar, um dia, o "passing" que neles habita enfraquece o sentimento de solidariedade com os negros indisfarçáveis" (Munanga, 2023, p. 89).

A ideia de passabilidade, sobretudo, para os negros não retintos, que os aproxima do ideal branco, foi construída sob essa perspectiva sociológica que traz a harmonia entre as três raças (brancos, negros e indígenas) como fundadora da nossa sociedade. Entretanto, mesmo projetando sua salvação na assimilação dos valores culturais do mundo branco dominante, os negros não retintos, diariamente, estão diante das armadilhas criadas por um branqueamento que promete acesso, mas oferece barreiras visíveis e invisíveis. Segundo Munanga (2023), a elite intelectual brasileira, traz uma produção discursiva racista universalista que nega a diferença e tem como ideal implícito a homogeneidade, por meio da miscigenação e assimilação da cultura dominante. Desta forma, a mestiçagem não resolve os efeitos da hierarquização entre brancos, negros e indígenas, tão pouco, resolve as desigualdades raciais fruto dessa hierarquização, além de “dificultar a formação do sentimento de solidariedade necessário em qualquer processo de identificação e de identidade coletivas” (Munanga, 2023, p. 89).

É nesse cenário de disputas político-ideológicas e econômicas, com fronteiras borradas, em que a mestiçagem e a passabilidade funcionam, respectivamente, como instrumento de aproximação e de falsa sensação de pertencimento, que se fundamenta a ideia de cordialidade e oportunidades semelhantes entre brancos, negros e indígenas no Brasil. Para o autor, a inteligência e eficácia do sistema racial brasileiro residem, justamente, neste ponto: sua habilidade em manter uma estrutura racista sem manifestações hostis evidentes, como observadas em outros lugares, e profundamente integradora e assimilacionista, gerando desconforto para grupos que buscam manter distância da sociedade nacional.

Essa ideologia não apenas tentou implantar elementos culturais capazes de superar as tradições dos grupos étnicos que abarcou, mas também conseguiu incitar na sociedade, independentemente de sua heterogeneidade, o sentimento de um destino compartilhado, com uma capacidade de mobilização maior do que aquela baseada na origem étnica específica. Posto isso, é importante desmembrar esse pensamento e colocar luz no grupo social considerado a norma. Foi Du Bois (1901), com o texto "The Souls of White Folk", pensando a partir das questões norte-americanas, que inaugurou o campo de estudos que questiona a superioridade, o privilégio, a ausência e/ou da neutralidade e universalidade racial branca.

Para o autor, nem romanos, árabes, gregos, egípcios e persas encararam a si mesmos e a sua própria perfeição com a seriedade do homem branco moderno,

chamados, ironicamente, de super-homens e semideuses dominadores do mundo. Du Bois (1901) entende a supremacia branca como um fenômeno global, social, pessoal e político que funciona através do nosso pensamento cotidiano e com uma profundidade que poucos percebem: “Tudo ótimo, bom, eficiente, justo e honrado é ‘branco’; tudo que é mau, ruim, desajeitado, trapaceiro e desonroso é ‘amarelo’; mau gosto é ‘marrom’; e o diabo é ‘preto’³² (Du Bois, 1901, p. 933, tradução nossa). A supremacia branca serve como a cola que combina o racismo ao colonialismo, e também o racismo ao capitalismo em que o branco está sempre certo e os demais não têm os mesmos direitos; e tudo isso é reforçado em títulos e imagens em movimento, em sermões e livros escolares, entre outros.

No que diz respeito aos aspectos globais da supremacia branca, o autor localiza sua gênese na singularidade e onipresença da expansão, dominação e colonização europeia. Para Du Bois (1901), a natureza constitutiva é imperial e internacional, e é isso que distingue a supremacia branca dos racismos locais, nacionais e regionais. Temos, então, impérios construídos pelos brancos a partir de culturas, invenções, inovações e contribuições dos povos colonizados e é isso, segundo o autor, que justifica a ‘grandeza’ da civilização europeia. O triunfo dessa civilização encontra-se para além da Europa e reside em sistemas de pensamento, de crenças e de valores e tradições de outros povos, que do ponto de vista da supremacia branca, não possuem e nunca possuíram cultura e civilização.

Para sair dessa perspectiva universal, que nega as diferenças, e compreender as formas de dominação e disputas sociais e simbólicas entre esses grupos racializados, iniciamos deslocando e retirando da “norma” a ideia de branquitude brasileira. Nesse ponto, é importante ressaltar que entendemos a branquitude como processos sociais de identificação construídos sócio-historicamente e fundamentados no poder, prestígio e pretensa superioridade racial branca, cujos privilégios materiais e simbólicos existem em relação aos não-brancos; já as características fenotípicas (pele clara, traços finos e cabelos lisos) estão associadas ao conceito de brancura (Schucman, 2020). Fazer essa diferenciação é importante, porque há marcadores de diferenças – classe, religião, gênero, etc. –, no interior do grupo branco, mesmo que haja uma tendência de

³² “Everything great, good, efficient, fair, and honorable is “white”; everything mean, bad, blundering, cheating, and dishonorable is “yellow”; a bad taste is “brown”; and the devil is “black.” (Du Bois, 1920, p. 933).

naturalização da forma como os brancos enxergam a si próprios, como uma identidade única.

Schucman (2020), ao retirar os brancos da categoria “universal”, explica que eles não são apenas favorecidos, mas contribuem, conscientemente ou não, para a permanência dessa estrutura marcada por privilégios materiais e simbólicos: “Esses mecanismos e produção de desigualdades raciais foram construídos de tal forma que asseguraram aos brancos a ocupação de posições mais altas na hierarquia social, sem que se fosse encarado como privilégio de raça” (Schucman, 2020, p. 29). A autora aponta a manutenção da hegemonia da estética branca, a ideia de superioridade moral e intelectual também ligada à branquitude, e o ‘medo branco’ como formas de manutenção de poder. Nesse último caso, mesmo os brancos tendo consciência dos seus privilégios, eles continuam sendo beneficiados pela estrutura racista e quando há oportunidade de abrir mão desses privilégios não há muita colaboração.

Maria Aparecida Bento (2002) chama de pacto narcísico as alianças feitas entre pessoas brancas, por meio de silenciamentos, mesmo que sem consciência, no sentido de negar problemas raciais, fazendo com que haja a manutenção de privilégios da sua raça. A autora considera a branquitude como um dispositivo que produz desigualdades baseadas na hipervalorização silenciosa de pessoas brancas, na reprodução de estereótipos e estruturas de dominação. É comum que os descendentes de europeus que vivem no Brasil tenham orgulho de sua descendência, mesmo que a maioria tenha passado escravocratas. Em paralelo, os descendentes de negros não conseguem sentir orgulho dos seus ancestrais, porque a eles não foi dada nem a chance de conhecimento sobre a sua ascendência.

Falar da herança europeia no nosso país, para Bento (2022), é lembrar que os feitos dos colonizadores incluem expropriação de trabalho, violência física, psicológica, estupros, invasões, exploração de recursos naturais, entre outros. Ao contrário do legado deixado pelos negros e indígenas, que foram as suas forças de trabalho como principal forma de produção de riquezas para o colonizador, na maior parte das vezes, em troca da própria vida. A autora vai nomear de pacto da branquitude essa transmissão de privilégios entre as gerações baseadas em relações de dominação, em que há componentes narcísicas nessa cumplicidade não verbalizada entre pessoas brancas para a manutenção desses privilégios, funcionando como mecanismos de autopreservação que encontram no diferente uma ameaça ao "universal".

Esse é um processo cercado de silenciamentos em que o reconhecimento, a explicitação e a vontade de mudança passam por assumir os privilégios enquanto grupo racializado, além de ter disponibilidade para repensá-los. Isso porque, mesmo que o indivíduo branco não queira usufruir desse privilégio, ainda assim ele é beneficiado pelo simples fato de pertencer à categoria considerada “universal”. Bento (2022) traz, ainda, as diferentes formas de operacionalização e mecanismos de manutenção dessas estruturas e uma delas é usar o mérito, o esforço pessoal, para justificar as desigualdades.

Destacar meritocracia, melhor qualificação e preparo para as pessoas brancas como justificativa de contratação é não considerar que os investimentos e as oportunidades educacionais também são privilégios passados de gerações anteriores. Defender a meritocracia dentro de qualquer sistema ou organização é olhar somente que cada indivíduo é o único responsável pelo seu lugar na sociedade, sem considerar a história do grupo social ao qual esse indivíduo pertence. Sueli Carneiro (2023) destaca que, dentro do dispositivo de racialidade, os negros, enquanto coletividade, são considerados não-portadores dos elementos civilizatórios e raciais desejáveis para o projeto de nação brasileira, e há um esforço de empreender essa inclusão de maneira individualizada. Desse esforço, nasce a ideia de que a mobilidade social individual é a tônica do processo de inclusão social dos negros, e sua aceitação será maximizada ao se distanciar das características físicas e simbólicas associadas à etnia negra. Entretanto, no plano individual, com frequência, os negros são considerados incapazes de atender às exigências para a sua inclusão.

Nesse mesmo âmbito, as "competências" que determinados lugares sociais exigem trazem consigo o acesso a códigos e instâncias que, em geral, não fazem parte do grupo social que carrega a herança de discriminação e exclusão, conforme destaca Bento (2002):

É urgente fazer falar o silêncio, refletir e debater essa herança marcada por expropriação, violência e brutalidade para não condenarmos a sociedade a repetir indefinidamente atos anti-humanitários similares. Trata-se da herança inscrita na subjetividade de coletivos, mas que não é reconhecida publicamente. O herdeiro branco se identifica com outros herdeiros brancos e se beneficia dessa herança, seja concreta, seja simbolicamente; em contrapartida, tem que servir ao seu grupo, protegê-lo e fortalecê-lo. Este é o pacto, o acordo tácito, o contrato subjetivo não verbalizado: novas gerações podem ser beneficiárias de tudo que foi acumulado, mas têm que se comprometer “tacitamente” a aumentar o legado e transmitir para as gerações seguintes, fortalecendo seu grupo no lugar de privilégio, que é transmitido como se fosse exclusivamente mérito. E no mesmo processo excluir os outros grupos “não iguais” ou não suficientemente meritosos (Bento, 2022, p.25)

Desse modo, o pacto da branquitude termina por suprimir a vergonha da herança escravocrata, que é transmitida há gerações de forma silenciosa e encoberta pelo mérito. Ao nos afastarmos desse pensamento que homogeneiza diferenças e, ao mesmo tempo, camufla hierarquizações, podemos colocar luz nesse Outro, considerado não Ser. É, justamente, no domínio das resistências que pessoas negras se conectam ao dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023) como sua contraparte essencial, reconhecendo que onde há um sistema de poder estabelecido, também surgem resistências a essas opressões. Essas resistências criam oportunidades para negociações de poder, reintegração, e para disputas sobre a verdade histórica. “A outra possibilidade de reação ao dispositivo de racialidade advém da constituição do sujeito coletivo demandador de direitos, que busca o reconhecimento como sujeito político; será por meio desse reconhecimento que se promoverá a transformação dos pactos sociais pela inclusão dos negros enquanto coletividade”. (Carneiro, 2023, p.59).

Reconhecer que a população brasileira é de maioria negra e sofre os impactos de uma sociedade racializada nas dimensões políticas, ideológicas e históricas é fundamental para que haja um ambiente favorável às rupturas, inclusive, epistêmicas. Olhar para os mecanismos repressivos, persuasivos ou dissuasivos que mantêm as estruturas sociais é relevante para lidar com a transmissão de privilégios e as violências racistas e sexistas que funcionam como partes da ordem social e esse é um enfrentamento que compete à sociedade em geral. É nesse contexto, carregado de limitações e freios, cuja supremacia branca tem sido e continua sendo central, que as influenciadoras digitais negras despontam para públicos específicos.

2.4 Dupla consciência, corpo-território e perfil-território

O cantor e compositor Emicida, em sua música *Mandume* (2015), olha para a experiência negra em um mundo de tramas complexas, cujo impacto da escravidão ainda reverbera na condição material e na formação da subjetividade do negro. O cantor diz:

Eles querem que alguém
 Que vem de onde nós, vem
 Seja mais humilde, baixe a cabeça
 Nunca revide, finja que esqueceu a coisa toda
 Eu quero é que eles se fod*”
 Mandume - Emicida

O paradoxo da forma como o negro é visto e vê a si próprio, como um ser apartado e diferente socialmente, reflete uma realidade complexa e profundamente enraizada na história e nas dinâmicas sociais. Esse paradoxo surge de várias fontes, como da opressão e discriminação (que coloca os negros em uma posição inferior e separada); dos estereótipos e preconceitos (levar uma visão distorcida e simplificada dos negros, que são frequentemente retratados como perigosos, inferiores ou menos capazes); da autoimagem negativa e internalizada da discriminação, como resultado da exposição contínua a esses estereótipos e à discriminação sistemática; da sensação de serem diferentes ou separados socialmente, entre outras. Para pensar nisso, Du Bois (2021) traz dois conceitos fundamentais: o véu e a dupla consciência.

O véu, abordado pelo autor, funciona impedindo que os negros sejam vistos como realmente são, além de impedi-los de ver o mundo como ele realmente é. A metáfora de Du Bois (2021) diz respeito aos negros e brancos compartilharem o mundo, e ao mesmo tempo pertencerem a mundos distintos:

Foi quando me veio a percepção quase imediata de que eu era diferente dos demais; ou semelhante, talvez, em termos de coração e de força vital e de aspirações, mas apartado do mundo deles por um enorme véu (Du Bois, 2021, p. 21).

A metáfora do véu foi retirada da Bíblia, no Antigo Testamento, na qual o véu impedia que os homens chegassem a Deus, sendo o mesmo rasgado por Deus, após a morte de Jesus Cristo, para salvação da humanidade. De forma semelhante, Du Bois (2021) propõe que o véu da divisão entre brancos e negros seja rompido e superado, a fim de que ambos deixem de enxergar realidades parciais e encobertas. No que se refere à dupla consciência, Du Bois (2021) explica que se trata de formas próprias de existência no mesmo mundo em que o véu impede ao negro de tomar consciência de si, além de só permitir ver a si mesmo pelos olhos dos brancos:

Uma sensação peculiar, essa consciência dual, essa experiência de sempre enxergar a si mesmo pelos olhos dos outros, de medir a própria alma pela régua de um mundo que se diverte ao encará-lo com desprezo e pena (Du Bois, 2021, p. 23).

A dupla consciência integra uma sociedade contraditória, em que há cidadania para brancos e ausência de liberdade para negros e isso gera um conflito interno que

interfere na construção da subjetividade negra formada a partir da inferiorização. Há a sensação de viver em duas realidades distintas e, muitas vezes, conflitantes.

Dito em outras palavras, a dupla consciência é a sensação de ver a si mesmo por meio dos olhos dos outros, particularmente dos brancos, enquanto também mantém uma visão de si mesmo como um indivíduo com uma identidade própria. Os afro-americanos, segundo Du Bois (2021), eram forçados a ver-se não apenas como indivíduos, mas também como membros de uma raça marginalizada, constantemente cientes das atitudes e expectativas racistas da sociedade dominante. Para o autor, a raça é, portanto, uma condição existencial em que a experiência do negro de ser visto e de ver a si próprio como um ser apartado e diferente socialmente o coloca diante do seguinte questionamento: “Como é a sensação de ser um problema?” (Du Bois, 2021, p. 21).

Du Bois (2021), ao propor os dois conceitos, tinha como foco de análise experiência dos afro-americanos nos Estados Unidos e o negro recém-emancipado, entretanto, pensando em uma perspectiva diaspórica, os negros em geral vivenciam essas experiências. Essa dualidade de perspectivas cria um conflito interno e uma sensação de alienação e estranhamento, sendo, então, consequência do racismo e da segregação institucionalizada. Entretanto, ao se enxergar com uma identidade própria, o negro cria uma fonte de riqueza cultural e potencial de resistência e transformação social. O autor acreditava que os afro-americanos podiam usar sua dupla consciência para desenvolver uma compreensão mais profunda da sociedade e para lutar por justiça e igualdade.

Negros e negras no mundo todo seguem dividindo o véu e a dupla consciência, e esses conceitos fornecem um método analítico da formação subjetiva e objetiva do negro, que pode ser aplicado, em certa medida, à realidade de outras nações que passaram pela colonização. No nosso caso, ao pensarmos no que é ser negro e ser brasileiro, é possível refletir sobre a condição existencial dos negros no nosso país, último a abolir a escravidão e na forma como eles foram integrados na sociedade. Nesse contexto, a análise das adversidades enfrentadas pelo negro brasileiro em sua trajetória de ascensão social nos conduziu inevitavelmente a ponderar sobre a questão da violência.

No Brasil, a violência racial perpassa as nossas relações, desigualdades sociais e, no caso das influenciadoras digitais negras, escolher quem seguir e escolher em quem colocar investimento publicitário, também tem a ver com os espaços sociais ocupados

por mulheres negras, com a expectativa que a sociedade brasileira tem em relação a essas mulheres e com a experiência de ser negra em uma sociedade construída com a idealização de pessoas brancas. A violência emerge como o cerne, o ponto crucial do problema em questão. Ser negro é ser submetido a uma violência constante, incessante e brutal, sem trégua ou descanso, devido a uma dupla imposição: a de personificar o corpo e os valores do ego do indivíduo branco, e a de rejeitar, negar e eliminar a presença do corpo negro.

Aqui, o corpo é entendido como um espaço físico ocupado no mundo com materialidade, mas também como uma entidade complexa composta e influenciada pelas interações sociais, práticas individuais e coletivas, e tecnologias. É desse corpo material que resulta a vida, seja ela íntima ou pública, e que inclui as relações humanas e as práticas sociais. Independente do seu tempo-espaço de existência, o corpo oferece perspectivas importantes sobre diferentes períodos históricos e contextos culturais, não somente para compreender as experiências individuais, mas também os modos de vida, produção e práticas sociais de uma determinada época ou cultura. Ao considerar o corpo como um fenômeno social e cultural, podemos examinar como normas, valores e crenças de uma sociedade específica moldam as práticas corporais, as noções de beleza, saúde, gênero, sexualidade e até mesmo as políticas em torno do corpo (Foucault, 2017; 2003; Le Breton, 2007; Corbin et. al 2017a; 2017b; 2012; Butler, 2017; 2002; Preciado, 2017).

Afasta-se, assim, da visão essencialista de corpo, baseada no reducionismo biológico, para aproximar-se de uma perspectiva construtivista. Os fenômenos beleza, obesidade, raça, dentre outros, são expressos no corpo e parecem naturais, mas assumem um significado cultural tornando-se naturalizados. Entretanto, muitos dos aspectos que parecem inerentes ou naturais estão, na verdade, enraizados em processos culturais e sociais. De Mello (2023) explica que cada pessoa nasce com características físicas específicas, incluindo cor da pele, tipo de cabelo, formato dos olhos, nariz e boca, mas a maneira como essas características são interpretadas e valorizadas vai variar de acordo com a cultura, mesmo os elementos estando todos presentes.

No que se refere à relação raça e corpo, De Mello (2023) aponta que os sistemas de classificação racial foram desenvolvidos para justificar a exploração, subjugação e escravização de certos grupos de pessoas, muitas vezes com base em características físicas como cor da pele e traços faciais. Tais sistemas frequentemente superestimaram as semelhanças dentro de grupos, e desprezavam as diferenças entre eles, criando uma

visão simplista e muitas vezes distorcida da diversidade humana, contribuindo para a percepção de inferioridade de certos grupos em comparação com outros. Essas ideologias legitimaram a escravidão, o genocídio, a discriminação institucionalizada e outras formas de violência e injustiça contra grupos racializados:

Raças são categorias artificiais que separam as pessoas com base em critérios arbitrários, como a cor da pele ou dos olhos. Posteriormente, esses grupos são hierarquicamente ranqueados: aqueles no topo (nos países ocidentais, os descendentes de norte-europeus) desfrutam de mais privilégios e oportunidades que os situados na base da hierarquia. A raça é, portanto, um sistema social, econômico e político de divisão e desigualdade (De Mello, 2023, p. 137)

Outro ponto que nos interessa para olharmos as particularidades das influenciadoras negras é o fato de a raça ter um papel central no que as diferentes culturas entendem por belo. De Mello (2023) explica que no Ocidente, em especial naquelas regiões que experimentaram a colonização europeia, as pessoas com cabelos e traços caucasianos são vistas como mais atraentes do que aquelas com aspectos associados aos africanos, por se tratar de uma sociedade ainda dominada por pessoas e por valores brancos. Não se trata apenas de uma questão estética, ao contrário, são significados que ocorrem no âmbito de um conjunto de relações de poder construídas culturalmente, e que sugere, por exemplo, quem é uma pessoa atraente e a forma como ela deve ser valorizada.

O controle social por meio dos corpos, segundo Foucault (2017; 2003), opera em níveis micro e macro, em que o poder não é apenas repressivo, mas também produtivo, ou seja, ele não apenas limita a liberdade das pessoas, mas também as molda e as constitui como sujeitos. Entretanto, para o autor, os corpos não são apenas alvos passivos do poder, mas também participam ativamente na sua produção e reprodução por meio de processos disciplinares e de auto-regulação. Justamente por isso, tornam-se, igualmente, campo de resistência na medida em que usam seus corpos para desestabilizar a ordem social existente.

Em um contexto de opressão sistemática, a sobrevivência da comunidade negra torna-se um ato de resistência em que manter-se vivo é mais que uma necessidade básica; é uma forma de desafiar ativamente o sistema que tenta destruir as vidas negras. Em nível individual, a resistência manifesta-se simplesmente em existir em um ambiente que constantemente tenta apagar sua humanidade e dignidade. Somado a perspectiva construtivista de corpo, que o entende atrelado às trocas culturais e

simbólicas, olhamos para as dificuldades enfrentadas por pessoas negras em diáspora, em sociedades predominantemente brancas, onde a percepção e o entendimento do próprio corpo podem ser afetados por questões de identidades, discriminações e marginalizações.

Nesse contexto, a compreensão e consciência do próprio corpo é dificultada e moldada mais pela negação do que pela afirmação. Segundo Fanon (2020): “No mundo branco, o homem de cor encontra dificuldades na elaboração de seu esquema corporal. O conhecimento do corpo é unicamente uma atividade de negação. É um conhecimento em terceira pessoa. Em torno do corpo reina uma atmosfera densa de incertezas” (p. 104). Há, então, uma constante negociação entre a percepção pessoal do corpo e as expectativas impostas pela sociedade dominante e uma desconexão ou distância entre a pessoa e seu próprio corpo, sugerindo que a compreensão do corpo é influenciada por perspectivas externas e estereotipadas que deixam as pessoas negras inseguras ou desconfortáveis com sua própria identidade corporal.

No caso da negritude, a força da materialidade por meio da cor da pele é importante nos processos de invisibilização étnica. Haesbaert (2004), ao falar da centralidade dos “indivíduos-sujeitos” nos processos de reprodução e controle social, não se refere somente à consciência, mas “também às corporeidades”:

Neste sentido, o controle dos corpos [ênfatisando o caráter disciplinar da sociedade]— ou das “massas” [mais no caso do biopoder] — passa a ter um novo papel ainda relativamente pouco valorizado nas novas estratégias territoriais. Em uma interpretação bastante ousada, é como se o território, enquanto unidade espacial funcional e expressiva, em uma sociedade cada vez mais individualista, estivesse sendo comprimido na “unidade espacial mínima” que é o corpo — em outras palavras, o corpo enquanto entidade relacional, mergulhada em um universo dinâmico e complexo de relações sociais (Haesbaert, 2004, p. 276).

Dito de outra forma, em sociedades cada vez mais individualistas, o território como uma unidade espacial está sendo reduzido à “unidade espacial mínima”, que é o corpo humano. Nesse sentido, o corpo é considerado uma entidade relacional imersa em um contexto dinâmico e complexo de relações sociais. O conceito de “indivíduo-território”, proposto por Michel Maffesoli (2001), refere-se à interação complexa entre o indivíduo e o espaço físico ao seu redor. O autor argumenta que os seres humanos não existem isoladamente e o território não é apenas um espaço físico objetivo, mas também é carregado de significados subjetivos e simbólicos para os indivíduos que o habitam. Os territórios podem ser geográficos, culturais, sociais ou psicológicos, e cada um deles

contribui para moldar a maneira como os indivíduos se percebem e interagem com o mundo ao seu redor. Assim, o conceito de "indivíduo-território" enfatiza a inseparabilidade entre o indivíduo e o espaço que ele ocupa, destacando como os contextos sociais e espaciais moldam as identidades individuais e as dinâmicas sociais. Nesse sentido, entende-se a centralidade do corpo como território e o espaço moldado por relações de poder, que a sua condição corporal não é dissociada das trocas individuais e coletivas.

Em uma análise mais profunda das particularidades de um poder hierárquico e centralizado em exploração na América Latina, Quijano entende a corporeidade também em “o nível decisivo das relações de poder”:

Na exploração, é o “corpo” que é usado e consumido no trabalho e, na maior parte do mundo, na pobreza, na fome, na má nutrição, na doença. É o “corpo” o implicado no castigo, na repressão, nas torturas e nos massacres durante as lutas contra os exploradores. Pinochet é um nome do que corre aos explorados no seu “corpo”, quando são derrotados nessas lutas. Nas relações de gênero, trata-se do “corpo”. Na “raça”, a referência é ao “corpo”, a “cor” presume o “corpo” (Quijano, 2010, p. 126).

Não há como negar que a corporeidade está profundamente ligada às questões de classe, raça e gênero. No que se refere às condições econômicas, elas influenciam diretamente o acesso a cuidados de saúde, alimentação adequada, atividades físicas e até mesmo à exposição a condições de trabalho perigosas ou prejudiciais à saúde, que variam de acordo com a classe social. Já no que diz respeito ao gênero, as pessoas são socializadas a partir de padrões específicos de masculinidade e feminilidade e isso influencia a percepção e a forma como seus próprios corpos são tratados. Pontos como saúde reprodutiva e controle dos corpos, entre outros, são frequentemente moldados pelas normas de gênero. Por fim, no que diz respeito às relações étnico-raciais e corpo, pessoas de diferentes etnias enfrentam estereótipos e preconceitos em relação aos seus corpos, e isso pode incluir desde a objetificação de corpos racializados às noções de beleza e padrões corporais, que muitas vezes são moldadas por normas culturais que variam de acordo com a raça. Portanto, há a necessidade de reconhecer como essas dimensões sociais moldam nossas experiências corporais e as maneiras como os corpos são percebidos e valorizados nos espaços sociais.

Interessa-nos, como afrodescendentes em diáspora, olhando para mulheres negras, o debate a partir da espacialidade/espacialização do corpo enquanto território, em uma perspectiva latino-americana, que enfatiza o território relacionado à escala primordial do corpo, o “corpo-território”. Tal diferenciação vai permitir caminharmos

para o entendimento do corpo enquanto território e a possibilidade de estendermos a representação online das influenciadoras digitais negras, por meio dos perfis nas redes sociais, também como territórios, que apresentam uma dimensão política do espaço, considerando as relações de poder no sentido mais amplo, que também simbólico. O entendimento de “corpo-território” está ligado a proposições de pesquisadoras feministas (Svampa, 2019; Cruz Hernández, 2017; Migliaro González et al, 2020; Gago, 2020) e do movimento indígena, que olharam para o poder da corporeidade como objeto de exercício do poder e também como sujeito (corporificado) de resistência.

Veronica Gago (2020), ao estudar a luta das mulheres latino-americanas, entende o corpo-território como um campo de batalha em que a domesticação e colonização não podem ser vistas separadamente porque constituem uma relação específica, tanto no modo de explorar mão de obra quanto no de subordinar territórios. Para a autora, a noção de corpo-território revela as batalhas que estão ocorrendo no presente, bem como os campos de poder. Ao tornar visível essa interconexão entre os corpos e os territórios, essa perspectiva oferece ferramentas que expandem um modo de “ver”, a partir dos corpos experimentados, como territórios e dos territórios vividos como corpos:

A imagem do corpo-território revela batalhas que estão ocorrendo aqui e agora, além de assinalar um campo de forças e torná-lo sensível e legível a partir da conflituosidade. Corpo-território é um conceito político que evidencia como a exploração dos territórios comuns e comunitários (urbanos, suburbanos, camponeses e indígenas) implica violentar o corpo de cada um e o corpo coletivo por meio da espoliação. (...). A conjunção das palavras corpo-território fala por si mesma: diz que é impossível recortar e isolar o corpo individual do corpo coletivo, o corpo humano do território e da paisagem. Corpo e território compactados como única palavra desliberaliza a noção do corpo como propriedade individual e especifica uma continuidade política, produtiva e epistêmica do corpo enquanto território. O corpo se revela, assim, composição de afetos, recursos e possibilidades que não são “individuais”, mas se singularizam, por que passam pelo corpo de cada um na medida em que cada corpo nunca é só “um”, mas o é sempre com outros, e com outras forças também não humanas (Gago, 2020, p. 79).

Desta forma, a ideia de corpo-território reside no seu enfoque em uma concepção alternativa de posse, fundamentada no uso, em vez de na propriedade. As mulheres e as corporalidades dissidentes, ao se engajarem em lutas sociais e políticas, não apenas resistem às formas de opressão, mas também reconfiguram a própria noção de corpo. Este é concebido não apenas como um espaço biológico ou individual, mas como um campo de relações sociais, afetos, memórias e recursos.

Ao ser reconhecido como um "corpo-território", Gago (2020) explica que o corpo adquire uma dimensão política e coletiva, tornando-se um símbolo e um instrumento de resistência e transformação. O "corpo-território" incorpora saberes acumulados por meio das lutas, como cuidado, autodefesa, ecologia e riqueza, destacando a importância do conhecimento corporal dentro desses contextos. Além de ser uma entidade fluida e maleável, capaz de se adaptar e se transformar em diferentes contextos e situações. Isso ressalta a necessidade de alianças e solidariedade entre diferentes corpos-territórios, reconhecendo sua interdependência e potencialidades coletivas.

Propomos uma reflexão a partir da convergência entre diferentes conceitos e perspectivas acadêmicas. Inicialmente, inspiramo-nos na noção de dupla consciência, conforme abordada por Du Bois (2021), que analisa a experiência do sujeito negro em sociedades dominadas por uma cultura branca hegemônica. Além disso, consideramos a concepção do corpo negro como um fenômeno social e cultural, conforme discutido por De Mello (2023), e o dispositivo de racialidade, conforme elaborado por Carneiro (2023).

Também incorporamos a compreensão da corporalidade nas interações sociais, abordada por Haesbart (2004), Mafessoli (2001) e Quijano (2010), reconhecendo as complexas dinâmicas de poder e significados que permeiam essas trocas. Por fim, acrescentamos o conceito de corpo-território, conforme apresentado por Gago (2020), que propõe uma visão do corpo como um espaço marcado por relações de poder e resistência. Nesse contexto, sugerimos analisar os perfis das influenciadoras digitais negras sob a ótica dos territórios.

Reconhecemos que, mesmo nas interações online, é impossível dissociar a experiência de ser negra em uma sociedade predominantemente branca das diversas perspectivas e expectativas conflitantes que historicamente cercam o corpo negro, muitas vezes construído como símbolo de inferioridade, desumanização e exploração. Não só isso, mulheres negras seguem sendo submetidas a violências e explorações em que controle social é uma parte central do sistema de opressão racial. Isso inclui políticas discriminatórias, violências, vigilância, entre outros que visam a limitar a liberdade, autonomia e dignidade dos corpos negros, reforçando, assim, a hierarquia racial e o *status quo* dominante. É a partir disso, inspirado na ideia de corpo-território (Gago, 2020), que chegamos ao entendimento que o **perfil-território** reconhece a interseção entre o corpo individual e o espaço físico e social que ele ocupa. No contexto

do corpo negro, sobretudo da mulher negra, isso pode se referir à maneira como os corpos negros são percebidos e tratados nas plataformas. Acreditamos que o **perfil-território** da influenciadora digital negra está sujeito a dinâmicas particulares, além de uma vigilância e controle mais intensos, refletindo as hierarquias sociais e espaciais estabelecidas pelo racismo e sexismo.

É a partir da compreensão das experiências de mulheres racializadas online, em contextos predominantemente brancos, que os conceitos mobilizados até aqui, e em consonância com os demais que virão, nos fornecerão ferramentas para analisar as trocas sociais que, mesmo online, seguem sendo racialmente hierarquizadas. No tópico a seguir, trataremos das formas de resistência e de “possibilidades nos dias de destruição” (Beatriz Nascimento, 2018).

2.5 “Tornar-se negro”, aquilombamentos digitais e outros futuros possíveis

Beatriz Nascimento (2018), historiadora que dedicou três décadas à pesquisa com foco em reinterpretar a história do Brasil sob uma perspectiva negra, faz uma afirmação que vai ao encontro do desafio que é pensar na emancipação coletiva dos povos negros em diáspora:

O quilombo é um avanço, é produzir ou reproduzir um momento de paz. Quilombo é um guerreiro quando precisa ser um guerreiro. E também é o recuo se a luta não é necessária. É uma sapiência, uma sabedoria. A continuidade de vida, o ato de criar um momento feliz, mesmo quando o inimigo é poderoso, e mesmo quando ele quer matar você. A resistência. Uma possibilidade nos dias da destruição.

O trecho, abre o livro *“Beatriz Nascimento, quilombola e intelectual: Possibilidade nos dias de destruição”* e destaca a capacidade de ação, autonomia e subjetividade dos negros. Beatriz tinha um interesse particular em desenvolver novas formas de compreender a experiência histórica e a especificidade das vivências de homens e mulheres negras e concebeu uma abordagem emancipatória para entender os quilombos, vendo-os como sistemas sociais e políticos alternativos, fundamentados em valores próprios, distintos dos valores predominantes da época.

Simultaneamente, junto com o assujeitamento pela racialidade, imposta pelo processo de expansão europeia, a resistência negra ocorreu, e ocorre até hoje, de forma multifacetada. Fugas para quilombos, rebeliões e revoltas, resistência cultural, sabotagens, lutas judiciais, entre outros são exemplos coletivos e individuais das tentativas dos negros de preservarem a sua dignidade e cultura. Entretanto, para

“produzir ou reproduzir um momento de paz”, conforme destacou Nascimento (2018), precisamos olhar para a coletividade, porque, mesmo que a ascensão social do negro seja individual, à medida que existe mobilidade social, os negros vão se autopercebendo negros, já que a classe dominante lhes mostra que são negros, enfatizando a posição de inferioridade: “A ascensão individual pode representar algo não confortável para os negros, porque há uma solidão étnica. Nem sempre o poder aquisitivo representa aceitabilidade por parte do branco” (Silva, 2000, p.119).

González e Hasenbalg (2020), ao tratarem do lugar do negro, não reduzem o racismo apenas a uma falta de consciência da população branca, ao invés disso, associam às hierarquias raciais a manutenção dos sistemas econômicos. No Brasil, desde o período colonial, existe a crença de que a mobilidade social, por meio da educação e/ou ascensão econômica, poderia de alguma forma proteger a pessoa negra da discriminação ou do estereótipo negativo. De acordo com Dávila (2006), essa foi uma utopia fomentada pela elite intelectual brasileira, após 1930, que acreditava que a partir da educação pública seria possível solucionar os problemas raciais da nação.

O autor traz evidências de que, embora as políticas estatais tivessem ampliado as oportunidades educacionais na rede de ensino público, elas não beneficiaram os negros na mesma proporção que brancos, e, para agravar a situação, as decisões foram norteadas pelas questões de raça, classe e gênero, muito baseadas no mito da democracia racial e no embranquecimento da população brasileira. Com a “incumbência de forjar um Brasil mais europeu e presos a um senso de modernidade vinculado à branquitude, esses educadores construíram escolas em que quase toda ação e prática estabeleciam normas racializadas e concedia ou negava recompensas com base nelas” (Dávila, 2006, p. 25).

Para Dávila (2006), intelectuais e gestores públicos, ao implantarem seus valores de raça e lugar social nas políticas educacionais da Primeira República até a Era Vargas, desenvolveram uma retórica meritocrática. Tais políticas, aparentemente inofensivas para indivíduos ou grupos, colocavam novos obstáculos no caminho da integração social e racial porque havia o consenso em torno do significado e valor da branquitude, de modo que a educação básica teve papel estratégico na construção de um futuro branco do Brasil. Temos, então, que as políticas públicas educacionais pós-abolição reproduziram distorções raciais e legitimaram as desigualdades raciais (Dávila, 2006). Desta forma, o racismo não é um estado de espírito, mas é uma ação e/ou uma justificativa para a ação (Fields e Fields, 2012).

O racismo também transita, exatamente, nesse lugar institucionalizado em que a pessoa negra pode até alcançar o status econômico similar ou superior ao branco, mas haverá restrições em que nem todos os benefícios associados à classe serão concedidos ao negro (Silva, 2000). Hasenbalg (1979) e Andrews (1998) entendem que não há como separar desigualdades sociais, no Brasil, dos aspectos étnico-raciais, porque o fim do regime escravocrata não significou a libertação social do negro, ao contrário, os negros foram excluídos desse processo, depois de quase quatro séculos trabalhando para a construção do país. A frase de José Bonifácio, citada na introdução, é um indicativo disso.

Por outro lado, Silva (2000) reitera que a ascensão social do negro estava intimamente ligada ao branqueamento social, porque o negro que almejasse sair da marginalidade deveria embranquecer-se para se tornar símbolo de prosperidade, beleza, riqueza e valores positivos. Na mesma linha, Bastide e Fernandes (1971) afirmam que, por vezes, há uma tolerância, mas não se trata da integração social do negro, e aquele que consegue ascender socialmente tem que conviver com outro elemento que, geralmente, pode incomodar ao tornar-se exceção à regra e causar surpresa, ocupando posições privilegiadas.

Fica claro que, no nosso país, as distâncias sociais não são motivadas apenas pelas questões econômicas e, enquanto os negros trabalham para alcançar a ascensão social, há forças estabelecidas socialmente que impedem e desafiam sucessos coletivos. De forma ampla, socialmente falando, no nosso país, o véu (Du Bois, 2021) que nos divide é fundamentado pelo mito da democracia racial e pela mestiçagem (Munanga, 2021). É nesse contexto, de retirada do véu (Du Bois, 2021), que a resistência negra se estabelece de maneira individual e coletiva.

Individualmente, identificar-se como negro e negra requer abraçar um caminho que envolve compreender sua negritude em sociedades marcadas não somente pela discriminação racial, mas também pelos ajustes a padrões comportamentais do mundo branco. Neuza Souza (2021) entende que a percepção do negro abarca dois elementos: a vivência da discriminação e a posição atribuída a si socialmente, colocando os aspectos étnico-raciais como parte dessa construção ideológica que determina a posição na estrutura de classes sociais. A branquitude foi um critério importante no período pós-abolição e influenciou a posição dos negros na sociedade: quanto mais próximo do padrão branco alguém estivesse, mais prestígio e posição social ele poderia alcançar.

Consequentemente, para a autora, a emocionalidade do negro é moldada pelos padrões de interação com a comunidade branca, que estabelece uma associação entre a cor negra e uma posição social inferior, e a ascensão dessa posição vem compelida com a adoção de valores e modelos brancos. É nesse trânsito, aponta, que a pessoa negra passa a “tornar-se gente” (Neuza Souza, 2021), pagando o preço de assimilação da ideologia do braqueamento social nas dimensões da estética, da racionalidade, e do refinamento social. Esse movimento faz parte de um esforço frequente dos negros em humizar-se.

Neuza Souza (2021), ao tratar de representação de si, discute as estratégias de ascensão e o preço da ascensão, oferecendo uma conexão íntima com eventos, emoções, ideias, ansiedades e entendimentos daqueles que experimentam e sofrem os impactos psicossociais do sistema racista. A autora propõe a rejeição do ideal branco e argumenta que o reconhecimento próprio implica o engajamento em retornar à história negra, além de entender que a descoberta de ser negro e negra é mais do que a constatação do óbvio:

Ser negro é, além disso, tomar consciência do processo ideológico que, através de um discurso mítico acerca de si, engendra uma estrutura de desconhecimento que o aprisiona numa imagem alienada, na qual se reconhece. Ser negro é tomar posse dessa consciência e criar uma nova consciência que reassegure o respeito às diferenças e que reafirme uma dignidade alheia a qualquer nível de exploração. Assim, ser negro não é uma condição dada, a priori. É um vir a ser. Ser negro é tornar-se negro (Souza Santos, 2021, p.115)

Dito em outras palavras, tornar-se negro é uma tarefa eminentemente política e envolve afastar-se e romper com esse modelo perverso centrado em alcançar o inatingível – o desejo do Outro – de se tornar branco. Como experiência política, é necessário pensarmos, a partir de uma transformação coletiva e de uma tomada de consciência que se promova autoestima, afirmação pessoal e autonomia para os indivíduos negros. Consequentemente, argumenta a autora que o reconhecimento próprio implica o engajamento em “resgatar sua história e recriar-se em suas potencialidades” (Souza Santos, 2021, p.28).

Ao fazer esse movimento e olhar para o período colonial brasileiro, é possível destacar nomes como Luís Gama, José do Patrocínio, Zumbi dos Palmares, Manoel Querino, Dandara dos Palmares, Tereza de Benguela, Maria Felipa de Oliveira, Maria Firmina dos Reis, Adelina Charuteira, Eva Maria de Bonsucesso, Rainha Tereza do Quariterê, dentre muitos outros e outras como protagonistas das lutas e resistência negra no nosso país. Clóvis Moura (1988) entende que a herança da escravidão brasileira é das

classes dominantes e fruto de valores discriminatórios que barram, nos níveis econômico, social, cultural e existencial, a emergência de uma consciência crítica negra capaz de estabelecer uma verdadeira democracia racial no Brasil.

É imprescindível reconhecer o significado político e a capacidade de ação dos negros ao longo da história brasileira, destacando as experiências dos escravos, quilombolas, pessoas livres de cor, camponeses, o movimento negro e outros segmentos da população negra. Esse movimento desafia as concepções dominantes sobre a suposta benevolência do sistema escravista local e a passividade dos grupos subalternizados. Moura (1988) buscou compreender as dinâmicas da sociedade escravista por meio dos quilombos, e nos servirá para pensar que a construção desses espaços de resistência negra foi uma atividade recorrente na nossa sociedade, além de entender o negro não apenas como um objeto histórico, mas também como um agente coletivo e protagonista na luta por emancipação:

Quilombo era, segundo definição do rei de Portugal, em resposta à consulta do Conselho Ultramarino, datada de 2 de dezembro de 1740, “toda habitação de negros fugidos que passem de cinco, em parte despovoada, ainda que não tenham ranchos levantados nem se achem pilões neles”. Dessa forma, no Brasil, como em outras partes da América onde existiu o escravismo moderno, esses ajuntamentos proliferaram como sinal de protesto do negro escravo às condições desumanas e alienadas a que estavam sujeitos. (Moura, 1987, p. 21).

O autor expande as percepções do corpo negro na diáspora, não somente na forma de comunidades de fugitivos, mas explorando suas conexões com os processos de significação originados da escravidão e do colonialismo, os quais continuam a influenciar a realidade cotidiana como mecanismo de liberdade. A unidade fundamental e coletiva de resistência do povo negro é demarcada pelo quilombo (Moura, 1987), cuja defesa territorial contra agentes externos e a economia sempre foram os pilares dessas comunidades. Historicamente, a economia desses espaços contrastava com a monocultura predominante na economia escravista e era diversificada, caracterizada pela coletividade e voltada para atender as necessidades de todos os seus integrantes.

Rompendo-se com interpretações binárias, a agência quilombola emerge como um substrato fundamental para uma profunda atribuição de significado político às rebeliões negras deste período histórico. Há uma conscientização progressiva da comunidade negra, ao questionar o problema da história oficial ou não oficial do Brasil, especialmente no que diz respeito ao papel do negro não apenas na construção da riqueza comum, mas também como contestador da construção desse tipo de riqueza do

qual ele foi sistematicamente e totalmente excluído. Assim, à medida que o sistema escravocrata se consolidava e se expandia por todo o território nacional, a resistência dos negros também aumentava como um sintoma da contradição fundamental com manifestações de revolta lideradas pelos negros: suicídios, assassinatos de senhores, guerrilhas, fugas individuais constantes, entre outras. Como explica Moura (1981, p. 247), “o quilombola era o elemento que, como sujeito do próprio regime escravocrata, negava-o materialmente e socialmente, solapando o tipo de trabalho que existia e dinamizava a estratificação social existente”.

Coletivamente, o autor ratifica que as expressões de rebeldia e insubordinação dos negros não eram eventos esporádicos; ao contrário, faziam parte intrínseca da estrutura da sociedade escravocrata e, ao resistir às estruturas opressivas e desumanizadoras da escravidão, reafirmava sua própria humanidade. Temos, então, que a resistência contra os sistemas que procuravam subjugar-lo socialmente – ou tratá-lo como mera mercadoria – eram uma manifestação intrínseca de reivindicar sua humanidade em uma luta pela transcendência da condição desumanizada imposta pela escravidão.

O agir quilombola, baseado na ação rebelde e constante, gerou desgaste econômico, expôs a contradição central da sociedade escravista, promoveu o desenvolvimento de sistemas de monitoramento pela elite dominante e incentivou a emergência de uma mentalidade contrária à escravidão entre os estratos sociais médios e, sobretudo, entre os próprios escravos. Eles contestavam o sistema existente por meio da prática revolucionária, e Moura (1981) utiliza o termo “quilombagem” para agrupar todo movimento de resistência dos escravizados que expressava a contradição principal da época. A quilombagem, vista como processo, era o elemento de desgaste do sistema escravista, traduzida em um movimento permanente e de mudança social, realizado pelos próprios escravizados.

Entretanto, o termo não foi utilizado pelo autor de forma restrita ao Brasil. Moura (1981) fez uma articulação internacional da quilombagem, por meio de possíveis influências internacionais nos levantes nacionais, entendendo que a quilombagem não estava restrita ao ato de formar quilombos; para além disso, o autor evidencia que o conceito abarca formas diversas de resistência que busque desestabilizar o sistema. Em sentido semelhante, Beatriz Nascimento (2018) entende o quilombo como instrumento ideológico em que as habilidades dos indivíduos em se unir e agir estão intimamente ligadas à restauração dessa condição histórica de humanidade que foi negada aos

negros: “Justamente por ter sido concretamente durante três séculos uma instituição livre e paralela ao sistema dominante, sua mística passa a alimentar os anseios de liberdade da consciência nacional” (Nascimento, 2018, p. 290).

Dito em outras palavras, a ideia de quilombo apresentada pela autora é vista como uma organização social que traz um contexto coletivo de resistência política para designar a união negra. A interpretação convencional do quilombo não abarca sua essência, porque não se trata somente de um refúgio para escravos fugidos, ao contrário, é também uma busca por liberdade, uma tentativa de homens de estabelecerem por si só uma vida digna e uma estrutura social própria e, segundo Beatriz Nascimento (2018), isso não deixa de existir após a abolição, embora não se tenha mais oficialmente o sistema de opressão. A autora lembra, inclusive, que em manifestações artísticas, o quilombo também é o desejo de uma utopia, além de fornecer matéria-prima para a ficção participativa, como foi o caso, em 1944, nas peças apresentadas pelo Teatro Experimental do Negro.

Posto isso, a utilização do termo quilombo adquire uma conotação ideológica voltada para a autoafirmação e a recuperação da identidade racial negra, por meio da resistência popular às formas de opressão, ampliando o agir quilombola e a esperança de um país pautado na liberdade e igualdade. Então, mesmo após a abolição, defende Nascimento (2018), os negros mantiveram a capacidade de organização e relações próprias.

Quilombo passou a ser sinônimo de povo negro, de comportamento do africano e de seus descendentes e esperança para uma melhor sociedade. Passou a ser sede interior e exterior de todas as formas de resistência cultural. Tudo, da atitude à associação, seria quilombo, desde que buscasse maior valorização da herança negra (Nascimento, 2018, p. 292)

Entretanto, um dos desafios é conscientizar-se da persistência dessa posição, tanto nas relações entre si quanto nos grupos negros. Aqui, há a possibilidade de agência da subalternidade, mesmo considerando as dificuldades e impasses de reflexões contra- hegemônicas. Em sentido semelhante, também dando voz às iniciativas de resistências, porém nas décadas de 1970 e 1980, período após a ditadura militar em que o mito da democracia racial foi bastante propagado, Gonzalez e Hasenbalg (2022) vão contestar o lugar social do negro na construção da democracia brasileira, a partir do protagonismo do Movimento Negro Unificado (MNU), das hierarquias e desigualdades raciais.

As iniciativas apontadas pelos autores da retomada político-ideológica protagonizadas por negros, após a ditadura, incluiu a volta do teatro negro no Centro de Cultura e Arte Negra (Cecan), em São Paulo; o grupo Palmares, no Rio Grande do Sul; O MNU, o movimento *soul* e as Semanas Afro-Brasileiras no Museu de Arte Moderna, no Rio de Janeiro; o Centro de Estudo Afro-Asiáticos e a Sociedade de Estudos da Cultura Negra em Salvador; Geledés como organização para lutar contra a discriminação, racismo, sexismo e desigualdade de gênero; a Articulação de Organizações de Mulheres Negras (AMNB), formada por uma rede de organizações de mulheres negras que reúne atualmente 45 organizações distribuídas por todas as Regiões do Brasil, entre outras. Foram diversas e significativas as ações em que artistas e intelectuais negros estiveram empenhados numa luta política comum, de modo que, para os afro-brasileiros, o antirracismo tem que significar, antes de tudo, a percepção racializada de si mesmo e dos outros (Guimarães, 1999).

Parte-se do pressuposto de que a população negra tem sido historicamente vítima de um sistema político que promove a exclusão deliberada, um sistema que silenciou sua capacidade de agir politicamente. Nesse contexto, na perspectiva de Abdias Nascimento (2019), o quilombismo surge como um movimento para resgatar a agência e a memória cultural, intelectual e política dos povos diaspóricos, além de promover a expansão de alternativas para a construção de uma sociedade que não tenha o racismo como parte de sua estrutura, tanto intelectual quanto prática. O autor desloca a centralidade ocidental e suas variadas formas de opressão para ambicionar uma liberdade de natureza política pautada no fato que, mesmo havendo a independência dos povos colonizados, os sistemas político, econômico e culturais continuam entendendo os povos em diáspora de forma desumanizada e à margem.

O caminho encontrado para o quilombismo, segundo Abdias Nascimento (2019), passa por recuperar a memória da agência política negra a partir do fortalecimento de práticas ligadas à centralidade da comunidade negra. Isso porque a branquitude, propositadamente ou não, opera na manutenção de estruturas (Carneiro, 2013) que mantenham seus privilégios, desestimulando a luta pela emancipação dos povos negro. Abdias Nascimento (2019, p.37) enfatiza: “Para o restabelecimento da integridade de nossa família – a família africana, no continente e fora dele –, é imprescindível o reforço dos nossos vínculos ideológicos e culturais como condição prévia de nosso sucesso”. A saída, para o autor, é a autogestão e autodeterminação

desses povos focados na liberdade, na justiça, na igualdade e no respeito a todos os seres humanos.

É desse ponto de vista histórico-social que, na contemporaneidade, emerge o termo aquilombamento virtual midiático. De autoria de Alice Andrade (2023), o conceito de aquilombamento virtual midiático utiliza a experiência e a potência política dos quilombos para pensar as iniciativas de caráter jornalístico, chamadas de mídias negras³³, que têm como ferramenta de resistência à comunicação. Trata-se de olhar para a potência simbólica dos quilombos, considerando a produção de uma comunicação antirracista e com estereótipos subalternizantes para romper com os silenciamentos da mídia com vistas a sinalizar outros caminhos de visibilidade para as pessoas negras (Andrade, 2023). Uma das conclusões da pesquisa de Alice Andrade (2023) é a reivindicação, por parte das pessoas negras, por espaços de fala orientados por suas próprias referências.

Andrade (2023) parte da perspectiva que o aquilombamento também é um modo de ser/existir, e entende o aquilombamento virtual midiático como um modo de conhecer/perceber. As mídias negras operam na práxis da união negra, ou seja, quando os aparatos digitais e as linguagens de comunicação são usados como instrumento logístico e orgânico para a mobilização: “Em suma, o aquilombamento virtual midiático é uma ferramenta que encontra suas origens na ancestralidade negra para se alinhar a contextos de comunicação em uma ótica teórica racializada e decolonial” (Andrade, 2023, p.122).

Destaca-se a amplitude e os significados do termo "quilombo", assim como as implicações políticas das definições atribuídas a ele, a fim de embasar teoricamente a análise da história do povo negro no Brasil, que está intrinsecamente ligada à intensa exclusão social desse grupo (Moura, 1988; B. Nascimento, 2018; A. Nascimento, 2019; Andrade, 2023). No entanto, a ressalva é que esta tese não tem por objetivo realizar uma análise semântica exaustiva das definições adotadas, mas, sim, compreender o conceito de quilombo como uma categoria sócio-políticas para indivíduos negros baseada na experiência coletiva. Outra ressalva é que os quilombos, frequentemente, são considerados como instituições tipicamente brasileiras, pois são uma das poucas formas de resistência negra oficialmente registradas na história do nosso país. No entanto, os

³³ Andrade (2023, p. 17) entende por mídias negras “o conjunto de experiências comunicacionais insurgentes que (co)movem pessoas na reescrita de diferentes narrativas sobre o povo negro”.

quilombos são na verdade focos de resistência dos povos africanos que surgiram em todas as regiões onde houve domínio colonial, conforme explica Munanga:

O quilombo brasileiro é, sem dúvida, uma cópia do quilombo africano reconstruído pelos escravizados para se opor a uma estrutura escravocrata, pela implantação de uma outra estrutura política na qual se encontraram todos os oprimidos (...) eles transformaram esses territórios em espécie de campos de iniciação à resistência, campos esses abertos a todos os oprimidos da sociedade: negros, índios e brancos (Munanga, 2001, p.32).

A noção conceitual de quilombo deriva do povo africano bantu (Da Silva, Do Nascimento, 2012) e refere-se a acampamentos guerreiros na floresta. Trata-se de uma instituição ancestral adaptada ao longo do tempo, e moldada de acordo com as diversas tradições, necessidades e estruturas propostas. Assim, a ênfase na definição não deve ser sobre o ato da fuga, mas sobre resistência e autonomia dos povos negros. Interessa-nos as relações emergentes da diáspora que propiciam a formação de um circuito comunicativo que ultrapassa as fronteiras étnicas do Estado-nação, permitindo que populações dispersas conversem, interajam e realizem intercâmbios culturais. Desse modo, os sentidos de práticas culturais ancestrais também vão sendo atualizados.

No caso das influenciadoras negras, os perfis-territórios funcionam como esses espaços de construção coletivo em que a passabilidade é substituída por assumir-se negra, reconhecendo o próprio corpo como um instrumento político que reivindica humanidade ainda que dentro de um sistema capitalista como o das plataformas. Assumir a negritude em um ambiente predominantemente branco é, de alguma forma, reconhecer que para esses grupos, as lutas individuais tornam-se coletivas. Os perfis-territórios são considerados, aqui, como aquilombamentos online, porque há um resgate na história desses povos, além de criar possibilidade de espaços de resistência negra. É nesse “entre” – negar os referenciais europeus e o reconhecer-se – que os perfis-territórios se encontram dentro de lutas por emancipação.

O “agir quilombola” nos perfis-territórios está ligado à percepção de si mesmo, à experiência coletiva amplificada pelas plataformas e à ação rebelde e constante em que apenas o ato de o corpo negro estar presente já gera desgaste nas elites, e em ambientes predominantemente brancos. Conforme apresentou Moura (1981), a quilombagem enquanto fenômeno representa a erosão desse sistema que nega a humanidade negra, e manifesta-se como processo contínuo de transformação social. Ao falar de “outros futuros possíveis” a partir das tecnologias, Yuk Hui (2020) coloca em xeque o eixo temporal global que sincroniza os diferentes tempos históricos e prioriza

tipos específicos de conhecimentos, possibilitados pela tecnologia, e volta-se para formas que poderiam “contestar os pressupostos ontológicos e epistemológicos das tecnologias modernas, sejam elas as redes sociais ou a inteligência artificial” (Hui, 2020, p. 18).

Em outras palavras, trata-se de propor diálogos transversais, colocando mais uma camada nas críticas ao eurocentrismo e ao colonialismo, que considera que esses vieses sobrevivem, porque também são materializados pelas tecnologias: “Sem confrontarmos o conceito de tecnologia em si, dificilmente seremos capazes de preservar a alteridade e a diferença” (Hui, 2020, p. 19). O filósofo da tecnologia defende o desenvolvimento de um pensamento reflexivo, em torno da tecnologia, a partir do avanço tecnológico unilateral que amplia as desigualdades econômicas entre as nações.

Para o autor, o conceito de cosmotécnica é a junção do cosmo e da moral, por meio das atividades técnicas, que não estão ligadas apenas aos objetos técnicos (ferramentas) disponíveis, mas a algo além, algo que envolve a ordem cósmica e que é construído a partir da sistematização das experiências das culturas não europeias e dos diferentes modos de existência com a finalidade de propor epistemes em que o progresso tecnológico volta-se às singularidades e visões de comunidades historicamente excluídas. Mas como pensar na construção dessa pluralidade em um contexto online? Em um lugar onde o próprio sistema de plataformas representa o ápice do sistema hegemônico unilateral?

A teconodiversidade, proposta pelo autor, atua, justamente, de modo ampliado nos atuais sistemas socioeconômicos e de disputas. Trata-se de uma reabertura de natureza e tecnologia múltiplas em que exista a consciência de ecossistemas frágeis e práticas autônomas e locais. Partindo disso, refletiremos sobre as plataformas como lugares paradoxais que mesmo estando em um contexto tipicamente neoliberal, pode produzir práticas emancipatórias. Nesse processo, um dos pontos-chaves é pensar sobre as novas formas de opressão, e também de qual resistência estamos falando. Isso porque, tratam-se de populações que têm no cerne da sua base de constituição a resistência.

Os negros desenvolveram tecnologias de sobrevivência, antes mesmo de o nosso país ser colonizado, e isso não pode ser, simplesmente, transposto ao ambiente online. Pessoas racializadas em diáspora flanam de forma fluida em cosmologias distintas (ora em trocas com pessoas negras e não-brancas, e ora com a branquitude) que envolvem o universo negro como a estética, música, religiosidade, entre outros. Trata-se de perceber

que negros e negras ocupam espaços de resistência, cada um dentro das suas particularidades, e as redes sociais online podem ser analisadas como mais um desses espaços, tornando-as uma forma de estar no mundo.

Entretanto, isso não quer dizer que exista, por meio dessas trocas online, o compartilhamento dos seus conhecimentos de forma irrestrita. Ao contrário, são visões, percepções e pensamentos epistemológicos distintos, base das suas crenças e de seus diversos modos de vida, que interessam, sobretudo, a quem compartilha as mesmas visões de mundo, princípios religiosos, místicos e culturais. Posto isso, é fundamental refletir a mulher negra online não a partir da perspectiva que a coloca como “donas das suas próprias histórias”, porque, por mais que a historiografia oficial negue, elas já o são. Prova disso é a sua sobrevivência, mesmo que em constante contexto de luta e morte.

Talvez, o que possamos falar é que esses espaços online, como linguagens e dinâmicas comuns ao poder hegemônico, possam servir para dar maior visibilidade às demandas seculares desses povos, ou ainda, do lado oposto, aprofundar o imaginário que o Brasil construiu, inclusive como ferramenta de política de estado e pautado na visão europeia de civilização, que acredita ser o negro. No que diz respeito às plataformas, ao escolher determinada informação em detrimento de outra, as consequências da escolha incluem a possibilidade de erro, manipulação, influência comercial, política ou falhas sistêmicas, porque são seleções automatizadas, baseadas em informações presentes em escalas que são difíceis de compreender sem outras ferramentas algorítmicas.

D'Andréa (2020) explica que os Estudos de Plataforma abrangem recursos tecnogramaticais (curtir, compartilhar etc.); políticas de governança; apropriações criativas, táticas e coletivas que recriam, cotidianamente, as plataformas e moldam as práticas e as percepções dos usuários. De modo amplo, segundo o autor, as plataformas utilizam das lógicas de conexão para ampliar suas estratégias de atuação, considerando os aspectos materiais, econômicos, políticos, que incentivam usuários a deixar rastros de suas relações e preferências, etc. Em outras palavras, as plataformas não são meras intermediárias e, sim, ambientes com uma arquitetura computacional que condicionam a emergência de um social.

Soma-se a isso, o fato de as plataformas não serem consideradas forma única e separada, porque a lógica que estrutura o ambiente online são conexões em rede. Nesse sentido, Van Dijk et al (2018) também definiram essas conexões como “ecossistemas de

plataformas”, o conjunto de plataformas em rede, governadas por um conjunto de mecanismos específicos que moldam as práticas cotidianas. O ecossistema é maioritariamente ocupado por grandes empresas tecnológicas (Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft), cujos serviços infraestruturais são fundamentais para a concepção global do ecossistema e para a distribuição dos fluxos de dados.

É paradoxal, porque na sociedade e no ecossistema de plataformas há o estabelecimento de padrões que parecem igualitários, mas são hierarquizados; são corporativos, mas aparentam servir ao valor público; parecem neutros, mas sua arquitetura carrega um conjunto particular de valores ideológicos centrados em uma estrutura que permanece opaca para seus usuários (Van Dijk et al, 2018). Como resultado, os autores afirmam que as plataformas estão cada vez mais interligadas às estruturas sociais, com a possibilidade de gerar conflitos de interesse em vários níveis, formando ambientes que condicionam o social com interesses comerciais, computacionais e políticos. São entendidas como espaços em que, além das preocupações individuais, enquanto consumidores, alguns valores sociais como justiça, igualdade, coletividade, independência e controle democrático entram na roda de negociações.

Há disputas entre ganho privado e benefício público em que o ecossistema de plataformas, simultaneamente, pode aparentar trazer benefícios personalizados e/ou ganhos econômicos, mas, também, pressionam os meios coletivos e os serviços públicos (Kallinikos et al, 2013). Aqui, estabelecem-se relações íntimas entre as dimensões materiais, culturais e econômicas em que as plataformas são alimentadas por dados, organizadas por algoritmos e formadas por modelos de negócios baseados em acordos de usuários (Van Dijk et al, 2018; Nieborg e Helmond, 2019). Dito de outro modo, fundamental é não as considerar neutras ou isentas de valores já que elas têm arquiteturas, agências e valores específicos que podem ou não conflitar com as estruturas sociais. É nesse contexto que perfis de mulheres negras estão dentro do sistema e ao mesmo tempo se opõem a esse mesmo sistema.

Entendemos, em consonância com Yuk Hui (2020), que o desafio contemporâneo dessas mulheres, assim como das demais minorias, é achar espaços de reabertura, margens e práticas autônomas. Fanon (2020) aponta que um dos caminhos de resistência aos padrões brancos é desenvolver e abraçar a consciência negra em uma busca do que ele chama de desalienação. Afastar-se do desejo de se tornar branco e buscar uma autenticidade com base em experiências negras, e não na aceitação de uma

cultura colonialista que mantém os mecanismos de manutenção de classes sociais. Para o autor, a luta pela liberdade e pela emancipação dos indivíduos negros passa pela reconquista de sua própria consciência e pela rejeição dos padrões impostos pela cultura dominante, em favor de uma busca por autenticidade e autonomia. Óbvio que o autor estava olhando para os processos vividos durante o colonialismo, mas essa perspectiva continua bastante atual, tendo em vista as relações estabelecidas com os afrodescendentes em diáspora.

Consideramos três pontos importantes apresentados por hooks (2019a) em seu livro *“Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra”* para pensarmos nessas possibilidades: 1) como falar 2) onde falar 3) quais são esses espaços de escuta. A ressalva é que para examinarmos os padrões de discriminação racial, sexista e machista que permeiam a vida cotidiana das mulheres negras exige um esforço político ao amplificar as vozes de mulheres negras, destacando e denunciando o contexto de opressão e dominação que as envolve. A autora argumenta que pessoas negras são socializadas desde cedo a acreditarem que certos assuntos não devem ser discutidos nem em espaços públicos nem privados. A partir dessa percepção, bell hooks (2019a) tem o objetivo de romper com essa divisão entre o público e o privado, desafiando-nos a pensar criticamente sobre essa dicotomia.

Para a autora, não se trata de romantizar o espaço de marginalidade, mas de entendê-los como lugares de repressão e de resistência, considerando que é mais comum sermos silenciados quando entendemos esse lugar de margem como resistência, mesmo que por vezes essa margem seja utilizada como lugar de dominação. hooks (2019a) destaca um movimento, por parte dos opressores, que escutam e conhecem histórias de dor, mas não ouvem. As experiências de quem é construído às margens são apagadas na medida em que são apropriadas e recontadas pelo colonizador, sujeito falante, que tenta reescrever tais experiências como “libertadoras” (hooks, 2019a).

Nesse processo, o fundamental, segundo hooks (2019a), é o movimento de encontrar a própria voz como formação de consciência crítica, um ato de resistência e autotransformação, considerando tanto quem ouve quanto quem escuta. Isso por que a autora lembra que manifestar-se não é um simples gesto de liberdade em uma cultura de dominação que há uma ilusão de liberdade de expressão: “Falar se torna tanto uma forma de engajar em uma autotransformação ativa quanto um rito de passagem quando alguém deixa de ser objeto e se transforma em sujeito. Apenas como sujeitos é que nós podemos falar” (hooks, 2019a, p.45). A transição do silêncio para a fala é um gesto

desafiador que cura, e possibilita novos acontecimentos em que as minorias se convertem em sujeito – vozes libertas.

Outro ponto relevante apontado pela autora é entender com quem estamos falando e qual o intuito de mantermos o diálogo com o nosso 'público' e não para o 'público'. A explicação prévia gira em torno da percepção de que em nossa sociedade há ambientes opressivos de silenciamentos, submissão e censura, em que as vozes negras são e serão desvalorizadas. Desta forma, minorias seguem sendo silenciadas, porque há, dentro desse espaço de dominação e de fala/escuta, quem fale sobre o tema, mas não permanece junto. Isso acaba, mais uma vez, silenciando esses grupos e ao mesmo tempo usando suas dores para continuar o processo de dominação.

Uma das saídas possíveis, segundo hooks (2019b), é oferecer respostas críticas a essa dominação, em que abordagens denunciam silenciamentos, e o falar de si é entendido como um exercício de autorecuperação, que significa a reunião de fragmentos do ser na tentativa de recuperação da própria história, e não como um ato narcísico de autopromoção:

Quando leitoras e leitores aplicam a teoria de encontrar uma voz em suas vidas, especialmente em relação a compreender a dominação e criar uma consciência crítica atenta, acontece uma transformação significativa para o eu e para a sociedade (hooks, 2019a, p. 21).

Em sentido semelhante, Grada Kilomba (2020) afirma que essas rupturas podem abrir espaços para teorizações e práticas alternativas, em que o percurso de fortalecimento de conscientização social coletiva inclui reconhecer os silêncios e definir os processos de fala e escuta. A autora entende que o ato de falar é resultado da negociação entre quem fala (falantes) e quem escuta (interlocutores); ouvir é entendido como ato de autorização em relação ao falante porque é preciso que a voz do falante, além de dita, seja ouvida para que haja não só entendimento, mas pertença. A não autorização de fala, por meio da não escuta, gera o não pertencimento e os silenciamentos.

Por isso, ocupar esses espaços online, por partes e de povos com dinâmicas próprias, é paradoxal, porque requer pensar em sobreposições e visões de mundo que por vezes se aproximam e por vezes se afastam das suas particularidades e das suas relações com a branquitude. Finalizamos enfatizando que ocupar esses espaços online é desafiador pelas razões já apresentadas, mas não exige apenas dos negros, ao contrário, o exercício maior, ao longo de todos esses séculos, e também online, é a falta de escuta

por parte da branquitude para uma compreensão mais profunda da complexidade e da diversidade da experiência negra no nosso país.

Chegamos até aqui expondo um Brasil de disputas discursivas, simbólicas e sociais cujo nó colonial, baseado em relações étnico-raciais, reverbera em contratos raciais (Mills, 2023), dispositivos de racialidade (Carneiro (2023), pactos visíveis e invisíveis entre a categoria social considerada “universal” no ocidente que é a branquitude e, ao mesmo tempo, resistência negra com a retirada do véu (Du Bois, 2021) e o entendimento do corpo e o reconhecimento de si como campos políticos e coletivos. Os perfis de influenciadoras negras também ocupam esses lugares de disputa e ao serem considerados perfis-territórios, por mais que sejam ligados a uma jornada pessoal, refere-se também ao processo de autoidentificação racial e cultural vinculados à história de opressão e resistência. O aquilombamento online aparece como parte desse movimento que traz consigo luta por autonomia e liberdade mesmo em ambientes predominantemente brancos cujo a lógica é a falsa ideia de neutralidade como nas plataformas.

O próximo capítulo será dedicado as experiências de mulheres negras, as singularidades de sua existência, a sua relação com o mercado de trabalho contemporâneo e as particularidades dos perfis-territórios nas plataformas. Gillespie (2010) explica que o termo plataforma surgiu para descrever serviços online de intermediários de conteúdo, entretanto, discursivamente, é um termo vago e pensado para funcionar em vários locais do mundo e públicos variados. Tal característica é apresentada como estratégica para moldar e fundamentar o discurso público de neutralidade, que inclui usuários, clientes, anunciantes e legisladores, em torno desses ‘intermediários’ da tecnologia. O conceito sugere um arranjo progressivo, igualitário e facilitador, muito mais ligado aos aspectos computacionais do que às oportunidades para comunicar, interagir ou vender. As empresas de tecnologia se aproximam de um discurso democrático, com abertura progressiva, e se afastaram das responsabilidades civis e penais dos diferentes países que atuam.

Ao desconstruir a estratégia discursiva das empresas, Gillespie (2010) traz um olhar analítico e coloca luz nos interesses comerciais, nas escolhas computacionais e nos posicionamentos políticos das plataformas. Com entendimento semelhante, Van Dijk et al (2018) afirma que as plataformas não podem e não devem ser consideradas separadamente das organizações, setores e estruturas sociais; ao contrário, tornaram-se

parte do funcionamento das economias e das democracias. É com esse entendimento que no capítulo seguinte olharemos para a influência digital.

3- “CURTE, COMPARTILHA E COMENTA”: ENTRE OPRESSÕES INTERSECCIONAIS, MERCADO DA INFLUÊNCIA E PERFIS-TERRITÓRIOS

O capítulo é destinado ao entendimento da relação das mulheres negras com o mercado de trabalho brasileiro, considerando a influência digital como parte do mercado contemporâneo; em seguida, abordaremos as particularidades da influência digital, a partir de uma perspectiva racializada e como teorias norteadoras a Teoria Feminista: da margem ao centro (hooks, 2019) e do Pensamento Feminista Negro (Collins, 2019). Ambas contribuíram significativamente para a compreensão das interseções entre raça, gênero e classe social, em que as mulheres não enfrentam apenas uma forma de opressão, mas muitas vezes enfrentam múltiplas formas de opressões interligadas, além de explorarem como essas interseções influenciam a resistência das mulheres negras.

Aborda-se as particularidades de ser uma mulher negra no mundo. Elas vão desde as imagens de controle, passando pela autodefinição, opressões interseccionais, as especificidades do mercado de trabalho, vieses algorítmicos, até chegarmos na influência digital e as particularidades para pensarmos os perfis de mulheres negras enquanto perfis-territórios.

3.1 Mulheres negras: imagens de controle e autodefinição

O trecho abaixo, escrito por Jurema Werneck (2016, p. 14), introduz o livro *Olhos D'Água*, de Conceição Evaristo,

Ao subverter a língua de Próspero – o homem branco –, Caliban – a mulher negra – abre caminho para a liberdade. Radicaliza o jogo. Expõe as regras do jogo que joga conta o segredo. Descortina o mistério [...] É assim que as mulheres, nós mulheres negras, buscamos formas de ser no mundo. De contar o mundo como forma de apropriamo-nos dele. De nomeá-lo.

O livro de Evaristo é composto por quinze contos, ora calmos e ora fluídos, expressam as experiências de vida e vivências sociais de mulheres negras. São histórias que destacam as lutas e as perspectivas daquelas que estão na base da hierarquia social e enfrentam desafios como condições precárias de trabalho, exclusão social e econômica, e falta de acesso a recursos básicos. Os contos revelam as vozes e as vivências de personagens marginalizadas, oferecendo uma perspectiva importante sobre a realidade brasileira. Foi a partir desta leitura que decidimos olhar para as mulheres negras e suas

histórias, que muitas vezes oferecem uma crítica social e política, enquanto celebram a resiliência e a resistência dos indivíduos que lutam contra o sistema que está posto. Uma das chaves para isso é a teoria feminista proposta por bell hooks (2019c).

A autora tem como pontos norteadores a luta pela emancipação das mulheres, abrangendo aquelas que são marginalizadas devido à sua raça, classe social, orientação sexual, capacidades físicas ou outras características. Além disso, ela faz uma análise crítica do sistema opressivo que privilegia os homens em detrimento das mulheres e também da misoginia, questionando as concepções tradicionais de masculinidade. hooks (2019c) argumenta sobre a importância de adotar práticas feministas inclusivas que reconheçam as experiências das mulheres de diversas origens étnicas e classes sociais. Ela critica o feminismo branco por sua exclusão das mulheres negras, ao perpetuar hierarquias opressivas e uma perspectiva centrada em si mesma. Em contrapartida, a autora defende a necessidade de abraçar a diversidade de vivências das mulheres, destacando que muitas teorias feministas foram concebidas por mulheres privilegiadas que negligenciaram as realidades das mulheres não-brancas.

Parte-se da ideia de que o sexismo atinge dimensões mais profundas quando é vivido em consonância com o racismo, e para pensar sobre isso hooks (2019c) lança mão dos conceitos de margem e centro para descrever dinâmicas de poder e marginalização na sociedade. A autora explica que as mulheres negras sempre foram, literalmente, empurradas para as margens da sociedade e fazer parte da margem trata-se de pertencer ao todo, mas fora do corpo principal. Em outras palavras, as mulheres negras são reconhecidas como parte da sociedade, mas são colocadas em posições secundárias ou marginalizadas, sem acesso igualitário aos recursos, oportunidades e poder. Entender as experiências das pessoas à margem é fundamental para desafiar as estruturas de poder dominantes.

Em relação ao conceito de centro, hooks (2019c) o interpreta como as posições de poder e privilégio na sociedade, onde as experiências e perspectivas dessas posições são valorizadas, enquanto as vozes a margem são silenciadas. Isso inclui formas institucionalizadas de relegar aqueles que não estão no centro de volta às margens como ocorre no feminismo liberal, considerado branco. A autora argumenta que, ao reforçar a supremacia de uma raça, colocando seus problemas como centrais e negando às mulheres negras a oportunidade de superar as limitações raciais, resulta no oportunismo individual em detrimento da luta coletiva. Afasta-se da ideia do feminismo voltado apenas para a ocupação de lugares de poder já estabelecidos para o questionamento

dessas estruturas. Portanto, há, por parte da autora, a defesa de uma educação feminista que capacite as mulheres a desafiar as estruturas de poder e as formas de opressão, desenvolvendo uma consciência crítica e engajamento político para promover mudanças sociais.

hooks (2019c) encontra na margem essa possibilidade. Para ela, a margem também não pode ser vista apenas como um espaço de privação, mais do que isso, mostram-se espaços de resistências, possibilidades e abertura radical. Para serem lidos dessa forma, é fundamental observar a relação centro-margem de forma consciente e que crie a possibilidade de um novo sujeito. A margem oferece um ambiente de abertura e criatividade em que é possível se formular pensamentos críticos:

A marginalidade é também um espaço de possibilidade radical, um espaço de resistência. Foi essa marginalidade que considerei como um lugar central para a produção de um discurso contra-hegemônico que não se encontra apenas nas palavras, mas nos hábitos de existência e de vida. (...) Essa marginalidade oferece a uma pessoa a possibilidade de ter uma perspectiva radical a partir da qual possa ver e criar, imaginar alternativas, novos mundos. Essa não é uma noção mítica de marginalidade. Ela vem da experiência vivida (hooks, 2019c, p.289)

Nessa perspectiva, se opor ou ser contra não é suficiente, além disso é necessário criar papéis fora dessa ordem normativa epistemológica e social. A autora vai tratar desse espaço de recusa, brecha e margem, como possibilidade de existência, porque é fácil/comum entendermos ele como desesperança coletiva. Para hooks (2019c), não se trata de romantizar o espaço de marginalidade, mas de entendê-los como lugares de repressão e de resistência, considerando que é mais comum sermos silenciados quando entendemos esse lugar de margem como resistência, mesmo que por vezes essa margem seja utilizada como lugar de dominação.

De forma semelhante, Collins (2019) argumenta que as experiências das mulheres negras não podem ser compreendidas apenas por meio das lentes do feminismo tradicional porque o feminismo dominante tende a ignorar as experiências das mulheres negras. A autora parte de uma perspectiva do feminismo negro transnacional por entender que as mulheres de ascendência africana, em diáspora, têm uma herança única e partilhada que, por sua vez, faz parte de um movimento global de mulheres. Simultaneamente, mulheres afrodescendentes encaram desafios específicos, resultantes da fusão entre as heranças das culturas africanas e um histórico de opressão racial perpetuada pela escravidão, colonialismo e imperialismo, aliado a um crescente racismo global que, impulsionado pelas tecnologias contemporâneas, transcende fronteiras nacionais com rapidez vertiginosa. “As mulheres negras constituem um dos

grupos mais pobres do Brasil, assim como as afro-americanas nos Estados Unidos. Da mesma forma, no contexto da pobreza das mulheres no mundo, as mulheres africanas continuam entre as mais pobres”, explica Collins (2019, p. 375).

Há também o destaque da epistemologia feminista negra, que valoriza o conhecimento gerado a partir das experiências das mulheres negras e desafia as noções tradicionais de objetividade e neutralidade. Collins (2019) chama de "conhecimento situado" as experiências pessoais na formação de conhecimento acadêmico, e defende o reconhecimento e a valorização dos conhecimentos produzidos por grupos historicamente marginalizados. Tal conhecimento está inserido em uma "matriz de dominação", que consiste nos sistemas interligados de opressão, como o racismo, o sexismo e o classismo, operacionalizados em conjunto de modo que marginalize as mulheres negras. No que se refere a essa marginalização, Collins (2019) chama de imagens de controle³⁴ a percepção da branquitude em relação aos corpos das mulheres negras, e que resulta na perpetuação de símbolos e signos depreciativos e desumanizantes associados a elas.

Ao retratar as mulheres negras por meio de estereótipos, os grupos dominantes elaboram uma variedade de justificativas para perpetuar as desigualdades sociais e as violências que impõem às mulheres negras em todo o globo, operando na manipulação de significados sobre as vidas de mulheres negras que são diferentes daquilo que elas enunciam sobre si mesmas. Somam-se a isso as imagens de controle que ainda podem ser interpretadas como símbolos que limitam a liberdade das mulheres negras, além de servirem para legitimar as consequências do racismo e sexismo através de sua suposta imposição. Collins (2019) enfatiza que, diferentemente das imagens de controle desenvolvidas para mulheres brancas de classe média, as imagens de controle aplicadas às mulheres negras são negativas em que há sempre alguém com mais autoridade, geralmente não uma mulher negra, para falar sobre as experiências delas próprias.

Nesse ponto, a autodefinição é uma peça chave, segundo Collins (2019), para que não haja silenciamentos dentro desses espaços de dominação. O conhecimento construído de si emerge da luta para substituir imagens de controle por conhecimento autodefinido, base da sobrevivência das mulheres negras, que permitem que elas possam nomear a própria história. A autodefinição consciente da negritude gera medo da perda de privilégios brancos, desvelando a branquitude, enquanto categoria

³⁴ São imagens de controle: *mammies* (mãe preta); *matriarcas* (mantenedoras das famílias negras) e *jezebéis* ou *hoochies* (prostitutas ou cadelas).

racializada, e desperta receio da perda dos privilégios simbólicos e materiais. As reações para a manutenção da hegemonia são diversas e a mais óbvia delas é deslegitimar lutas coletivas. Segundo Collins (2019), a autodefinição é a busca pela própria voz e no caso das mulheres negras há a necessidade de negociações frequentes que conciliam as contradições que separam as próprias imagens internas com a objetificação do Outro.

Tem-se, então, uma tensão para construir autodefinições independentes, porque a condição de ser mulher negra permanece rotineiramente depreciada e as resistências a esses estereótipos, construídas por trás das máscaras de conformidades, consiste no reconhecimento de valor próprio. Para Collins (2019), o silêncio das pessoas negras não deve ser interpretado como submissão, pois a consciência de si funciona como uma esfera de liberdade possível dentro de contextos predominantemente brancos. Esse é um espaço privado, oculto e de pensamento íntimos que faz com que pessoas negras, especificamente mulheres, suportem e transcendam os limites das opressões. Lançar-se fora do enquadramento fornecido pelo sistema e pelas autoridades, substituindo as imagens de controle (ou o que o senso comum espera desses corpos) pelo conhecimento autodefinido, é fundamental para a sobrevivência dos negros e negras. Trata-se de nos fortalecermos em espaços seguros e de resistências que possamos pensar e falar livremente.

Segundo a autora, dois desses espaços são: 1) a relação com outra mulher negra, e 2) a relação mãe e filha como possibilidade para reafirmar a humanidade e o direito de existir. É neste 'entre' que as mães negras ensinam e transmitem conhecimentos cotidianos que influenciam diretamente na autodefinição das filhas. Para Collins (2019), outra mulher negra é a ouvinte mais capaz de romper a invisibilidade criada pela objetificação das mulheres negras na medida em que o direito de nos reconhecermos enquanto pessoas negras, movidas pelas nossas crenças e cultura, é algo que nos é negado e diariamente retirado. Isso é feito desde o uso do nosso cabelo natural, passando por anúncios de empregos com a exigência 'boa aparência' até as cátedras universitárias, que muitas vezes negam lutas históricas, que também são epistemológicas, na esperança de manter espaços de privilégios. Posto isso, quando nós, negros e negras, nos autodefinimos, ao rejeitarmos os pressupostos colocados por quem ocupa posição de autoridade, passamos a interpretar a realidade por chaves próprias.

Conforme Collins (2019), as imagens de controle constituem a dimensão ideológica do racismo e do sexismo, enquanto o processo de resistência a esse fenômeno é articulado a partir da autodefinição que mulheres negras constroem nos

espaços seguros. O desenvolvimento da autodefinição apresenta uma dimensão tanto individual quanto coletiva, permitindo que mulheres negras enfrentem as violências impostas pelas imagens de controle de maneiras diversas. Na perspectiva afro-latina americana, González (2020) traz como imagem de controle a figura da mucama, que deu origem à mãe preta, cuja função era cuidar e educar os filhos dos senhores. Vista como pacífica e fiel a uma realidade vivida com dor e humilhação, a autora destaca que, ao contrário disso, essas mulheres faziam “resistência pacífica” (Gonzalez, 2020), porque coube a essa mulher, enquanto sujeito de saberes e educadoras dos filhos dos senhores, africanizar o português de Portugal, tornando-o brasileiro e, conseqüentemente, produzindo a própria africanização da cultura brasileira. “E, se levarmos em conta a teoria lacaniana, que considera a linguagem como o fator de humanização ou de entrada na ordem da cultura do pequeno animal humano, constatamos que é por essa razão que a cultura brasileira é eminentemente negra”, enfatiza González (2020, p. 55). Para a autora, há uma profunda relevância sobre o papel da mulher negra na sociedade brasileira referente à realidade cultural.

Outras duas imagens de controle, destacadas por González (2020), das mulheres negras brasileiras são: doméstica e mulata. No que diz respeito à função de empregada doméstica, a mulher negra enfrenta um processo de reforço na internalização da diferença, da subordinação e da "inferioridade" que lhe são atribuídas. São atividades atribuídas à economia do cuidado que em nossa sociedade são invisibilizadas e pouco remuneradas. Já na imagem de controle mulata, a mulher negra atende ao sistema hegemônico como produto de exportação, ligada à sexualização e exposição de corpos. Para explicar tais imagens de controle, González (2020) traz um ditado racista: "Preta pra cozinhar, mulata pra fornicar e branca pra casar". Desta forma, tanto Collins (2019) quanto hooks (2019) e González (2020), ao inverterem os padrões de supressão e silenciamento, desempenharam papéis significativos na expansão e na diversificação dos feminismos, ajudando a destacar as experiências e as lutas das mulheres negras em um contexto de opressão interseccional, desafiando as noções simplistas de feminismo e promovendo uma compreensão mais completa das dinâmicas que envolvem as experiências das mulheres negras.

3.2 - Mulheres negras e as opressões interseccionais

O feminismo negro olha para as dinâmicas sociais a partir de abordagens inclusivas e holísticas, tanto para a justiça social quanto para a igualdade de gênero, e

para isso usa-se a lente da interseccionalidade como formas de investigações e práxis críticas. Trata-se de colocar luz nas experiências de opressões cruzadas, considerando determinados contextos sócio-histórico e político, além de saber como eles podem transcender e até prosperar diante das desigualdades e opressões. De forma geral, inclui a percepção crítica de que raça, classe, gênero, sexualidade, etnia, nação, habilidade e idade operam não como entidades unitárias e mutuamente exclusivas, mas como fenômenos reciprocamente construídos que, por sua vez, moldam fenômenos sociais complexos.

Collins e Bilge (2021) explicam que esse olhar holístico teve origem nos movimentos sociais e no ativismo de mulheres negras norte-americanas, chicanas, asiático-americanas e indígenas, não derivando da segunda onda do feminismo branco, mas com origem em si mesmo e a partir das opressões compartilhadas por essas mulheres que sempre estiveram à margem (hooks, 2019c). Collins e Bilge (2021) explicam que é possível encontrar análises interseccionais dentro de múltiplos movimentos sociais antes mesmo da definição acadêmica de interseccionalidade atribuída a Crenshaw (2001). As autoras trazem como exemplos o trabalho de Anzaldúa (1987), que se descrevia como fronteiriça que transitava no limiar de várias coletividades por ser fiel ao movimento chicano, ao terceiro mundo, ao gênero e ao movimento lésbico. Há, por parte da Anzaldúa (1987), uma maneira de se posicionar em diversos projetos políticos sendo base para os estudos de classe, raça, gênero e sexualidade.

Outro exemplo de trabalho interseccional citado pelas autoras Collins e Bilge (2021), dessa vez indígena, é a coletânea *Unsettling Ourselves* (Desestabilizando-nos) que contesta os marcos do feminismo branco chamado de “ondas”. Segundo as autoras:

Dada a discriminação histórica contra as mulheres de ascendência africana, é tentador atribuir às afro-americanas a propriedade da suposta descoberta da interseccionalidade, até então sem nome. No entanto, nos EUA, as afro-americanas faziam parte de alianças heterogêneas com chicanas, asiático-americanas e indígenas (Collins e Bilge, 2021, p. 97).

São esses grupos os primeiros a reivindicar a interconectividade de raça, classe, gênero e sexualidade em suas experiências cotidianas. Panfletos políticos, poesias, ensaios, entre outros, tudo produzido dentro de movimentos sociais em que as mulheres não só assumiram posições de liderança pelos direitos civis, mas também construíram análises sobre as desigualdades sociais. Coletivamente, os fundamentos da

interseccionalidade fazem parte do feminismo negro e rompem com uma política em que mulheres negras eram silenciadas e representadas por outras pessoas. Antes de o termo interseccionalidade ser cunhado, Collins e Bilge (2021) lembram que o vocábulo comum criado pelas ativistas nas décadas de 1960 e 1970 incluía conceitos como o “duplo risco” de raça e sexo no contexto do capitalismo (Beal, 1995), “efeitos multiplicativos” (King, 1988) e “matriz de dominação” (Collins, 2019), entre outros. Vários conceitos que consideravam essa maneira de interconectar experiências cotidianas e análises estruturais de opressões surgiram dentro dos movimentos sociais e não na academia.

De acordo com Collins e Bilge (2021), no contexto estadunidense, nas décadas de 1980 e 1990, mulheres negras e latinas levaram suas experiências como ativistas para o mundo acadêmico e isso possibilitou a incorporação ‘institucional’ dos temas. As mudanças sociais ocorridas no século XX, tanto as lutas anticoloniais nos continentes africanos e asiáticos, quanto na América Latina, aliada a emergência de temas como movimento pelos direitos civis das mulheres, entre outros, fizeram com que ações e estudos fossem voltados para as desigualdades sociais, trazendo possibilidades de reflexões e mudanças sociais. Os problemas provocados pelo racismo, sexismo, colonialismo e nacionalismo, vistos de forma interconectada, geram perspectivas de modificações na própria vida e na sociedade, e a interseccionalidade faz parte desse processo, podendo ser incluída como ferramenta de análise para essas mudanças sociais. Para as autoras, à medida que os conceitos de gênero, raça e classe, tratados de forma interseccional, ganham reconhecimento acadêmico e se tornam um campo de estudo, forma-se um dilema na forma como esses conceitos transitam em instituições que reproduzem pontos que são criticados pelo ativismo e movimentos sociais.

Adentrar ao ambiente acadêmico foi um processo de resistência, que incluiu indiferença e hostilidade por parte de muitos pares, mas também exigiu adequações e por isso há uma heterogeneidade considerável sobre o entendimento e o uso dos conceitos em torno da interseccionalidade. Entendemos a interseccionalidade de acordo com Collins e Bilge (2021), em que a reconhecem como: 1) ferramenta analítica (ou as formas pelas quais as estruturas interseccionais fornecem novos ângulos de visão sobre instituições sociais, práticas, problemas sociais e outros fenômenos sociais associados à desigualdade social), 2) forma de investigação e 3) práxis crítica (ou as formas pelas quais os atores sociais usam a interseccionalidade para projetos de justiça social). Para esta tese, nos interessam os aspectos de forma de investigações e práxis críticas.

São estudos que reconhecem o paradoxo em que a percepção de pertencimento de um determinado grupo pode tornar pessoas vulneráveis a diversas formas de preconceitos, mas, ao mesmo tempo, possibilita pertencer a vários grupos. O racismo, por exemplo, é vivenciado por homens e mulheres de formas distintas e as análises interseccionais dão luz aos efeitos diferenciais presentes nessas relações. Trata-se de estudos enraizados nas experiências e lutas de pessoas privadas de direitos, além de uma ferramenta importante para ligar teoria e prática.

Para Collins e Bilge (2021), a sinergia entre a investigação e a práxis pode produzir novos conhecimentos e práticas. As autoras entendem que a interseccionalidade desafia o *status quo* e é voltada para transformar as relações de poder, partindo da ligação com os movimentos sociais, para usar as experiências e as lutas de grupos privados de direitos na abordagem do entendimento da vida e do comportamento humano. O termo interseccionalidade oferece visibilidade às colisões das estruturas que são inter cruzadas e que, ao serem tratadas separadamente, não contemplam as particularidades de experiências específicas (Collins e Bilge, 2021) e online.

No caso do Brasil, já dentro de uma ordem democrática, em que não havia o comércio de pessoas, González (2020) lembra que as relações violentas construídas – mesmo que negadas pelos sociólogos brasileiros que difundiram o mito da democracia racial – continuam vivas no imaginário social e excluem a população negra de seus projetos de construção da nação brasileira, sobretudo, pela ausência de políticas públicas reparadoras e eficientes voltadas para essa população. Ao tratar do desenvolvimento econômico brasileiro, a autora fala de modelo de modernização conservadora excludente baseado em um desenvolvimento desigual e combinado com uma dependência neocolonial:

É nesse sentido que o racismo, enquanto articulação ideológica e conjunto de práticas, denota sua eficácia estrutural na medida em que remete a uma divisão racial do trabalho extremamente útil e compartilhada pelas formações socioeconômicas capitalistas e multirraciais contemporâneas. Em termos de manutenção do equilíbrio do sistema como um todo, ele é um dos critérios de maior importância na articulação dos mecanismos de recrutamento para as posições na estrutura de classes e no sistema de estratificação social. Portanto, o desenvolvimento econômico brasileiro, enquanto desigual e combinado, manteve a força de trabalho negra na condição de massa marginal, em termos de capitalismo industrial monopolista, e de exército de reserva, em termos de capitalismo industrial competitivo (satelitizado pelo setor hegemônico do monopólio). Não é casual, portanto, o fato de a força de trabalho negra permanecer confinada nos empregos de menor qualificação e pior remuneração. A sistemática discriminação sofrida no mercado remete a

uma concentração desproporcional de negros nos setores agrícola, de construção civil e de prestação de serviços (González, 2020, p.96)

Dito em outras palavras, a força de trabalho negro brasileiro ainda é mantida em condições marginais de menor qualificação e pior remuneração. Essa análise destaca como o racismo não é apenas uma questão de preconceito individual, mas também uma força estrutural que perpetua a desigualdade racial no sistema econômico e social sendo eficaz na manutenção do equilíbrio do sistema como um todo. No caso das mulheres negras, Sueli Carneiro (2003) aponta que os estudos que tratam das relações entre as mulheres e a força de trabalho, frequentemente, ignoravam o fator racial ou entendiam a mulher negra como responsável pela manutenção material da família, já que os homens negros, diferentemente dos homens brancos, não têm condições de manterem sozinhos suas famílias. Nesse ponto, de acordo com Pacheco (2013), a afetividade e a solidão da mulher negra também devem ser consideradas, porque elas são excluídas do “mercado de afeto”, relegadas ao estigma do "mercado sexual", onde são objetificadas, sexualizadas ou submetidas à economia do cuidado. Em contraste, as mulheres brancas são frequentemente associadas à ideia de pertencerem à esfera do afeto, do casamento e da estabilidade conjugal.

As especificidades entre as trabalhadoras brasileiras brancas e negras (Chaia,1988; Porcaro e Araújo, 1988; Carneiro e Santos, 1985; Rosemberg, 1987; Bairos, 1991) apontaram que as mulheres negras tinham remuneração extremamente baixa quando comparada a outros grupos, e que ocupavam determinados setores do mercado, cujos salários e condições de trabalho eram inferiores (Liveira et al, 1985). São particularidades que derivam da segmentação racial do mercado de trabalho brasileiro, conforme a pesquisa de Bento (1995), sobre os mecanismos da discriminação racial no trabalho, que coloca luz no outro sujeito da relação racial, o branco; e reconhece os modos operacionais de discriminação. A autora, por meio de entrevistas, explora cinco situações em que as mulheres negras costumam ser discriminadas no mercado de trabalho.

A primeira delas é em cargos de chefia, em que há resistência de pessoas brancas em aceitar subordinação, baseada na raça e no gênero. Existem também discriminação institucional e obstáculos referentes à mobilidade profissional, sobretudo, quando a mulher negra tem uma maior escolaridade e desenvolve atividades não manuais. A situação é intensificada se ela é a primeira e única em cargos jamais ocupados por negras, pois rompe barreiras e traz responsabilidades adicionais referentes

à competência. No caso de representar a empresa em situações externas, a autora lembra que há um lugar para a mulher negra no trabalho, e as empresas preferem não associar a imagem institucional à figura de uma mulher negra. Por fim, outro modo de operacionalizar a discriminação é na etapa de recrutamento, por ser subjetiva e por considerar critérios informais nem sempre verbalizados. Para Bento (1995), os dados estatísticos e as entrevistas revelam que o lugar destinado à mulher negra é a atividade doméstica e o trabalho manual.

Seguindo essa lógica, nos anos 1990, era comum anúncios de emprego em jornais de grande circulação exigirem “boa aparência” para cargos que lidavam diretamente com o público. Mais de três décadas depois, a aparência segue sendo um fator relevante para as mulheres no mercado de trabalho, e aqui abordaremos dois pontos fundamentais: 1) que o conceito cunhado por Naomi Wolf (2022), do mito da beleza, entende como massacre as imposições diárias feitas apenas as mulheres para se adequarem a uma aparência ideal que correspondem à imposição das forças do mercado; 2) quais corpos femininos são considerados ideais dentro desse mercado.

Wolf (2022) explica que o mito da beleza considera que a juventude da mulher atua como mecanismo de controle e coerção social, em que a beleza é uma obrigação para as mulheres e não para os homens. Foram introduzidas a competição e a vulnerabilidade da autoestima das mulheres como fatores sensíveis e vitais na produção de estereótipos inalcançáveis: “A beleza não é universal, nem imutável, embora o mundo ocidental finja que todos os ideais de beleza se originam de uma Mulher Ideal Platônica” (Wolf, 2022, p. 29).

Segundo a autora, a beleza avaliada como um bem impediu os avanços das mulheres, e redefiniu as exigências de sacrifícios relacionados ao mercado de trabalho que, agora, além de intelectual, também contempla valores físicos. Desta forma, a valorização das mulheres com base em sua aparência atende ao interesse do mercado, e quando cultivamos insatisfação com nossos corpos buscamos mudar nossa aparência. Há, ainda, implicações políticas, contribuindo para enfraquecer a representação das mulheres na política, controlar suas relações e limitar suas posições no mercado de trabalho. O mito da beleza exerce uma influência significativa sobre nossos comportamentos, minando a autoestima e desarticulando movimentos feministas, ao mesmo tempo em que subjuga as mulheres ao domínio masculino.

Entretanto, esses valores “rígidos” ligados à aparência, na década de 1990, em que surgiu o conceito de mito da beleza, não eram considerados válidos para mulheres

negras: “Era raro que mulheres não brancas fossem apresentadas como modelos a seguir, a menos que tivessem, como Beverly Johnson, feições praticamente caucasianas” (Wolf, 2022, p. 21). Atualmente, mesmo que a autora defenda a existência de mitos da beleza, dessa vez no plural, utilizados para incluir outros perfis de mulheres, esse pluralismo serve não para eliminar o mito da beleza, mas como adaptações das novas circunstâncias que ao longo dos tempos servem como coerção no lar, trabalho, mídia, literatura e relações sociais. Para mulheres negras, por exemplo, o padrão de beleza continua a ser influenciado por uma lógica racista, que valoriza características associadas à sensualidade, além de mulheres negras de peles mais claras serem consideradas mais desejáveis por terem traços mais próximos aos das mulheres brancas.

O feminismo liberal branco, quando não considera as mulheres fora dos ‘padrões’ de gênero, orientação sexual, raça, entre outros, nas suas demandas, acaba por silenciar mulheres que sofrem com urgências que levam, inclusive, à morte. Por vezes, mulheres negras, indígenas e trans pagam com a própria vida a exigência de direitos básicos e, sem dúvidas, há a necessidade de reivindicar proporcionalidade ao lutar contra sistemas de opressões estruturais, de maneira que as mulheres consideradas “padrões” não sejam oprimidas, mas que também não utilizem o lugar que ocupam para oprimir outras. Em outras palavras, as demais realidades que incluem mulheres alvo de racialização, classes ou sexualidades diferentes, não deveriam orbitar em torno das questões centrais que regem o feminismo branco.

Temas como pobreza, sexualidade, encarceramento, violência policial, trabalho relacionado ao cuidado, entre outros, não são tratados com frequência e tão pouco como questões feministas por não serem preocupações comuns das mulheres brancas. Beck (2021) traz, historicamente, as diferentes formas que o feminismo foi mercantilizado e exclui, sistematicamente, mulheres não brancas e não binárias. Há opressões no movimento feminista branco que garantem às mulheres brancas e heterossexuais passabilidade e vantagens no sistema econômico ao qual estamos inseridos: “O feminismo branco é uma ideologia que tem prioridades, objetivos e estratégias diferentes para alcançar a igualdade de gênero: autonomia personalizada, riqueza individual, auto aprimoramento eterno e supremacia” (Beck, 2021, p.22). Para a autora, nessa perspectiva há uma ancoragem na acumulação de poder individual ao invés de redistribuição de poder ou de voltar-se para o coletivo.

Nesse mesmo sentido, Zakaria (2021) critica o uso do conceito de empoderamento no contexto do feminismo branco contemporâneo. Ligado à lógica

política, social e econômica do neoliberalismo, o empoderamento é frequentemente associado à segurança e ao aumento das oportunidades para as mulheres na sociedade. No entanto, como mencionado pela autora, o foco excessivo neste termo pode resultar em uma despolitização entre as mulheres, levando-as a operar dentro de uma lógica individualista, como se todas as conquistas dependessem exclusivamente delas, ignorando a influência do sistema capitalista e dos marcadores de raça/etnia, sexualidade e classe.

O termo se popularizou na Conferência de Pequim de 1995, cujo tema era mulher, igualdade, desenvolvimento e paz. Desde então, houve um vácuo na definição e aplicação do conceito de empoderamento, em contraste com a definição "um processo transformador de relações de poder entre indivíduos e grupos sociais" (Zakaria, 2021, p.87). Consequentemente, a palavra passou a ser aplicado de forma indiscriminada a qualquer situação que remeta ao poder individual, sem considerar a multiplicidade de corpos, sexualidades e culturas, e sem reconhecer que diferentes perspectivas podem surgir de experiências opostas. Um exemplo disso é a maneira como as feministas brancas do Ocidente percebem as feministas afegãs. Zakaria (2021) apresenta relatos que ilustram como feministas brancas muitas vezes ignoram a agência e a autonomia das mulheres do Oriente Médio, sem reconhecer que elas têm perspectivas políticas independentes. Isso resulta no que a autora chama de "complexo de salvação branca".

A autora explica que esse complexo atinge, por meio da régua dos valores de feministas brancas ocidentais, a forma como mulheres afegãs ou mulheres negras lidam com suas sexualidades, corpos e maternidade. Zakaria (2021) argumenta que, do "colonialismo ao neocolonialismo, populações inteiras são estigmatizadas pela imagem da mãe não branca fracassada, vista como prova da suposta inferioridade moral e da suposta necessidade incontestável do altruísmo ocidental" (Zakaria, 2021, p.172). O desafio, individual e coletivo, destacado pela autora ao feminismo branco é compreender o mundo por meio das experiências de outras mulheres, e começa com o reconhecimento de que mulheres negras têm desempenhado esse papel há séculos e "não por terem grande compaixão ou por terem a qualidade de se importarem inerente à raça, mas pela necessidade de sobreviver em um mundo controlado por brancos" (Zakaria, 2021, p. 270).

A interseccionalidade, abordada por Collins (2021), vai ao encontro dessa perspectiva ao demandar um trabalho intelectual dialógico que serve como chave de entendimento para a construção de uma teoria social crítica baseada em análises críticas

e ações sociais, considerando as ideias contidas nos argumentos e também em como elas são criadas e usadas na prática: “É importante não apenas ler o que as teorias sociais dizem, mas também compreender como as teorias sociais funcionam na sociedades, especialmente, se afirmam ser teorias críticas” (Collins, 2021, p.16). Elas servem para justificar ou contestar as ordens sociais vigentes, abrindo possibilidades de mudanças, por meio de análises críticas, podendo reinterpretar tradições. A observação feita pela autora traz as questões epistemológicas como centrais para abordar a interseccionalidade, porque o modo como consideramos o que é verdadeiro, quando observamos determinado objeto, é tão importante quanto o conteúdo das ideias que são consideradas verdadeiras.

Neste trabalho, olha-se com as perspectivas de que desafiam visões estereotipadas sobre a negritude, a beleza e a cultura em plataformas de mídias sociais e a *Intersectional Critical Race Technology Studies* (ICRTS) oferece uma dessas lentes possíveis baseada nas articulações da teoria interseccional, para explorar o poder nas tecnologias digitais e nas interações globais. Noble e Tynes (2016) explicam que o objetivo é olhar para as relações étnico-raciais, gênero, sexualidade, entre outros, já que muitas vezes não consideram as interrogações interseccionais da estrutura, atividades, representações e materialidade da internet, além de políticas estatais e forças econômicas. Ainda que mediada pelas tecnologias, entendemos a branquitude como uma construção social (Daniels, 2009; Leonard, 2009; Noble, 2022; Brock, 2012). Brock (2012) afirma que a internet ocidental, como estrutura social, representa e mantém a cultura branca, masculina, burguesa, heterossexual e cristã por meio de seu conteúdo. Essas ideologias são mediadas pelo design do navegador e pelas práticas de informação, trazendo suas estruturas e dinâmicas raciais para suas experiências na internet, e, ao mesmo tempo, redistribuindo recursos culturais de acordo com as linhas raciais.

Os estudos étnico-raciais online sugerem que a construção social da branquitude é sub examinada e precisa passar para o primeiro plano em qualquer estudo significativo de raça e racismo online (Daniels, 2013). Há, ainda, a necessidade da construção de uma teoria da interseccionalidade digital para capturar as representações, a práxis crítica e a mudança da paisagem racial desde a década de 1960 (Daniels, 2009; Noble, 2022; Brock, 2012). Brock Jr (2020) aponta que os primeiros estudos, dentro um contexto ideológico ocidental – especificamente norte-americano, abordaram o uso da tecnologia da informação pelo povo negro, de modo geral, eram vistos por meio de ausências dos

aspectos materiais, técnicos e institucionais dos computadores e da sociedade. Na medida em que os anos foram passando, segundo o autor, mesmo com os negros inseridos nesses espaços, a identidade online branca passou a significar também uma identidade tecnocultural universal, sem raça, e com um papel significativo na formação da experiência da internet em muitos ambientes online. Sites, aplicativos e serviços de mídia social de interesse geral têm como alvo usuários anônimos, sem raça e muitas vezes sem gênero, mas inevitavelmente são representados por corpos brancos e lugares-comuns culturais brancos (Brock Jr, 2020).

Sobande et al. (2020), ao escrever sobre o conteúdo digital e a coletividade das mulheres negras na Grã-Bretanha, observam as dimensões transnacionais da relação entre raça, mídia e mercados e constataam que encontros online de mulheres negras podem ser uma fonte de resistência, mesmo estando sujeitos à cooptação corporativa, já que há o reconhecimento do crescente interesse das marcas na produção digital de usuários negros online, cujo trabalho se situa na sobreposição entre produção e consumo. A pesquisa aborda as tensões entre o potencial resistente e comercial do conteúdo online criado por mulheres negras e como isso é percebido pelos profissionais de *marketing* cada vez mais como tendências digitais, gerando locais de lutas entre as intenções contraculturais dos usuários online, as agendas comerciais das corporações onipresentes e perspectivas transnacionais da relação entre raça, mídia e mercado virtual.

As descobertas enfatizam como as conceituações de diálogo digital negro e negritude digital contêm dentro de si uma multiplicidade de relações globais interculturais e intra-raciais sobrepostas (Sobande et al, 2020). Sobande et al. (2020) identifica a criatividade digital e a produção cultural das mulheres negras na Grã-Bretanha como fatores que contribuem para a atividade industrial e formas inovadoras de produção e compartilhamento de conhecimento – que ultrapassam os limites dos espaços digitais. Seja na forma de boletins informativos, panfletos ou estabelecimento de editoras independentes, as mulheres negras na Grã-Bretanha encontraram e criaram caminhos que lhes permitem comunicar suas perspectivas, criatividade, política e trabalho, de maneiras relativamente autônomas.

A autora reitera o uso de espaços digitais e tecnologia como parte da produção de conhecimento feminista negro, construção de comunidade e trabalho criativo em todo o mundo, mesmo esses espaços sendo monitorados, gerenciados e delimitados. As mulheres negras participam de tais contextos de forma resistente e como parte de lutas

que ultrapassam em muito os parâmetros da cultura de consumo (Sobande et al, 2020). De forma semelhante, Lu e Steele (2019) investigam o envolvimento dos usuários negros afro-americanos nas redes sociais que se conectam, particularmente, pela alegria e desafiam as perspectivas dominantes que humilham e desumanizam os negros. As autoras argumentam que os usuários negros, em ambientes socialmente mediados como os espaços digitais, utilizam estratégias da cultura oral como contação de história, músicas, verbetes, entre outros, próprias da cultura negra, para escapar e se esconder de grupos dominantes. Tratam-se de códigos complexos que dependem de uma compreensão da cultura negra para a plena participação e compreensão. Para Lu e Steele (2019), aprender com esses legados exige concentração e atenção em práticas online, especialmente, aquelas que são rejeitadas como comuns pelos grupos dominantes.

Collins (2021) entende que as metodologias que escolhemos para analisar nossos mundos moldam as verdades que encontramos. Gênero e raça, nessa perspectiva, são entendidos como eixos que determinam e mantêm os pensamentos hegemônicos, inclusive nas relações interseccionais dentro de ambientes digitais. A ressalva é feita por Bilge (2013), que lembra que a popularização da interseccionalidade como “palavra da moda” também a levou a ser sujeita à deturpação generalizada, tokenização, deslocamento e desarticulação. Outro problema da interseccionalidade é a falsa impressão de homogeneidade de mulheres negras. Nesse caso, Akotirene (2019) aponta que a difusão do conceito, em espaços práticos e acadêmicos, acabou criando superinclusões analíticas que podem silenciar as diversas formas de ser mulher negra no mundo. Ainda assim, para a autora, mesmo com matrizes de pensamento distintas, o feminismo negro e o mulherismo³⁵ têm em comum o fato de ambos questionarem e tentarem desarticular estruturas em torno do colonialismo e eurocentrismo.

3.3 - Mulheres negras, mercado de trabalho brasileiro e vieses algorítmicos

Entre 2020 e 2022, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (PNAD/IBGE), das 48,8 milhões de mulheres negras em idade para trabalhar, apenas um pouco mais da metade

³⁵“Rejeitando o rótulo de “feminista” e contrapondo-o ao pensamento feminista negro, matriz da Interseccionalidade, o pensamento mulherista não equipara estruturas independentemente cruzadas por eixos do racismo, patriarcado, sexismo para explicar a vulnerabilidade da mulher negra, nem articula estruturas e posicionalidades interacionais para enxergar outros setores, o transitio único é neste caso, promovido pelo padrão branco judaico-cristão, mentor do colonialismo e do imperialismo, um bloco monolítico na sua concepção”. (Akotirene, 2019, p.97)

(51,5%) estavam no mercado de trabalho, seja buscando emprego ou ocupadas. A participação no mercado de trabalho sugere que menos da metade das mulheres negras em idade para trabalhar estavam buscando emprego ou estavam empregadas durante esse período. No que diz respeito à população ocupada, a quantidade de mulheres negras ocupadas caiu 11,5% entre o primeiro trimestre de 2020 e 2021, maior queda entre os quatro grupos [Homens Brancos e Amarelos (-1,3%), Homens negros (-6,6%) e Mulheres Brancas/Amarelas (-7,0%)]. Isso significa que houve uma diminuição no número de mulheres negras que estavam empregadas durante esse período, comparado com outros grupos. Enquanto os homens brancos e amarelos tiveram uma queda de apenas 1,3%, os homens negros tiveram uma queda de 6,6%, e as mulheres brancas/amarelas de 7,0%, indicando que as mulheres negras foram as mais afetadas negativamente no mercado de trabalho durante o período analisado.

Os dados foram coletados no período da maior crise sanitária do planeta nos últimos 100 anos, a pandemia de covid-19, e revelam uma disparidade significativa no mercado de trabalho brasileiro, especialmente, para as mulheres negras. Em 2022, as mulheres negras ocupadas ganhavam menos da metade do que os homens brancos e equivale a cerca de 60% do rendimento médio das mulheres brancas/amarelas. Isso evidencia uma disparidade salarial significativa entre mulheres negras e outros grupos demográficos, incluindo homens brancos e mulheres brancas/amarelas. Já a taxa de informalidade, no mesmo ano, 43,3% das mulheres negras ocupadas estavam em postos de trabalho informais, taxa superior à média nacional (40,1%), dos homens brancos/amarelos (34,8%) e das mulheres brancas e amarelas (32,7%), inferior apenas à taxa entre homens negros (46,6%). Esses números indicam uma maior precariedade no emprego para mulheres negras, com uma proporção significativa delas trabalhando em condições informais e possivelmente sem acesso a benefícios trabalhistas e proteção social.

Entretanto, esse cenário não é exclusividade dos últimos anos. Na verdade, aparece o reflexo de como a mulher negra ocupa o mercado de trabalho desde o período colonial. Beatriz Nascimento (2018) explica que da forma como a sociedade colonial brasileira estava estruturada, hierarquicamente, em diversos grupos (senhor de terras, escravos e homens e mulheres livres), que desempenharam papéis rígidos cujo caráter era ser uma sociedade patriarcal e paternalista. As mulheres brancas exerciam o papel de esposas dedicadas, mães responsáveis pelos cuidados dos filhos e eram valorizadas, sobretudo, por sua dedicação à família, oferecendo suporte ideológico para uma

sociedade que se baseava na exploração do trabalho escravo, implicando no reforço da estrutura de poder e hierarquia social existente.

Na outra ponta, explica Beatriz Nascimento (2018), o papel da mulher negra durante a colonização era economicamente ativo com funções de produtora de trabalho e reprodutora de novos escravos. No papel produtivo, a mulher negra escravizada não só desempenhava atividades domésticas na casa grande, mas também trabalhava no campo, participando das atividades agrícolas nos engenhos e nas plantações com um papel semelhante ao dos homens negros. Essas atividades eram essenciais para a economia. Além disso, as mulheres negras também eram vistas como reprodutoras de mão de obra escrava e sua capacidade de ter filhos significava mais escravos para o mercado interno, tornando-se uma espécie de "fornecedora" de mão de obra para sustentar o sistema escravocrata:

O critério racial constitui-se num desses mecanismos de seleção, fazendo com que as pessoas negras sejam relegadas aos lugares mais baixos da hierarquia, através da discriminação. O efeito continuado da discriminação feita pelo branco tem também como consequência a internalização pelo grupo negro dos lugares inferiores que lhes são atribuídos. Assim, os negros ocupam aqueles lugares na hierarquia social, desobrigando-se de penetrar os espaços que estão designados para os grupos de cor mais clara. Dialeticamente perpetuando o processo de domínio social e privilégio racial. A mulher negra, elemento no qual se cristaliza mais a estrutura de dominação, como negra e como mulher, se vê, deste modo, ocupando os espaços e os papéis que lhe foram atribuídos desde a escravidão. A "herança escravocrata" sofre uma continuidade no que diz respeito à mulher negra. Seu papel como trabalhadora, a grosso modo, não muda muito. As sobrevivências patriarcais na sociedade brasileira fazem com que ela seja recrutada e assuma empregos domésticos, em menor grau na indústria de transformação, nas áreas urbanas e que permaneça como trabalhadora nas rurais (Nascimento, 2018, p. 82).

Dito de outra forma, a manutenção dessa estrutura social brasileira solidificou os privilégios por parte do grupo dominante, cujos mecanismos são essencialmente ideológicos e resultaram em condições objetivas com efeitos discriminatórios. Para Beatriz Nascimento (2018), a situação atual dessas mulheres é influenciada tanto por sua raça quanto pela história de escravidão de seus antepassados. Soma-se a isso, a dificuldade de acesso à educação como instrumento de ascensão social, diferentemente das mulheres brancas que, de acordo com os recenseamentos de 1940, 1950 e 1970, conseguiram maior acesso ao curso superior, diminuindo proporcionalmente a desigualdade entre elas e os homens branco. A educação/formação torna-se um requisito para o acesso às melhores ocupações na hierarquia de empregos.

Outro ponto significativo herdado do período colonial, segundo Beatriz Nascimento (2018), foi a exploração sexual de mulheres negras ao longo dos tempos. Como procriadoras e não como pessoas afetivamente disponíveis, os estereótipos ou imagens de controle (Collins, 2021) dessas mulheres, construídos a partir das classes sociais e etnias, as colocam como mais sexualmente disponíveis ou menos inibidas. Esse tipo de visão é profundamente problemática e perpetua preconceitos de gênero, classe e raça, além de desumanizar as mulheres negras ao reduzi-las a objetos de desejo sexual masculino. Desta forma, a associação entre pobreza, raça e sexualidade reforça estereótipos e aumenta a marginalização desse grupo na sociedade.

Bruschini e Lombardi (2000), ao examinarem as transformações ocorridas na participação feminina no mercado de trabalho durante os anos 1990, observaram um fenômeno de polarização no emprego das mulheres. Por um lado, ocorreu um aumento impulsionado pelos progressos na educação, da presença feminina em ocupações não manuais, caracterizadas por uma maior formalidade e rendimentos mais elevados. Por outro lado, houve um crescimento nas ocupações de menor qualidade, marcadas pela informalidade e baixos rendimentos, destinadas a pessoas com menor escolaridade. As mulheres que transitavam para ocupações de nível superior eram majoritariamente brancas, contrastando com a significativa presença de mulheres negras no trabalho doméstico de prestação de serviços e também para os ligados à produção na indústria.

Há desigualdades de acesso a determinados setores de atividade e ocupações, limitando suas oportunidades de emprego e progressão profissional, que se manifestam desde a falta de acesso a oportunidades educacionais de qualidade até obstáculos para ingressar em certos setores ou ocupações, estão fortemente mediados por fatores que se relacionam com a discriminação de classe, gênero e raça. As disparidades raciais não apenas se manifestam na dificuldade de encontrar emprego, com taxas de desemprego elevadas entre os negros, mas também na luta por reconhecimento e poder social, incluindo a capacidade de assumir cargos de liderança e gestão. Nesse processo, há um fator fundamental que merece destaque que são os efeitos discriminatórios produzidos pelo mercado de trabalho.

González (2020), ao tratar do contexto ideológico brasileiro, entende a mulher negra como objeto e destaca que os negros em geral são lidos socialmente como trabalhadores braçais, não qualificados, ou como alguém que conseguiu ascender socialmente, mas sempre pelos canais de mobilidade social que iguala a pessoa negra a um objeto de entretenimento como cantor e/ou compositor de música popular, jogador

de futebol e mulata. Não só isso, tal tipificação cultural dos negros também assinala outros elementos comuns relacionados a atributos corporais: força/resistência física, ritmo/ sexualidade. Segundo González (2020, p.170), “não é raro que uma dona de casa negra de classe média, quando atende a porta, seja surpreendida por um vendedor que insiste em falar com sua patroa”. Aqui, trata-se da imagem de controle (Collins, 2021), que iguala toda mulher negra a uma trabalhadora doméstica.

As condições históricas, sociais e econômicas das mulheres negras brasileiras as colocam em maior vulnerabilidade, apontando para a necessidade de políticas e ações específicas de enfrentamento às disparidades de gênero e raça no mercado de trabalho brasileiro. Carneiro (2003) aponta que para reverter essa tendência é preciso, inicialmente, admitir que estudos sobre as desigualdades sociais, acrescidos das experiências empíricas, reiteram que negros são preteridos em processos de seleção de emprego formal, mesmo com habilidades semelhantes, e, quando são empregados, ganham menos pelo exercício das mesmas funções. Nos últimos 20 anos, apesar do aumento da participação de negros no mercado de trabalho formal, continua incidindo sobre a mulher negra uma espécie de dupla discriminação, o de ser mulher e o de ser negra, colocando as afrodescendentes na pior situação quando comparada aos demais grupos populacionais – homens negros e não-negros e mulheres não-negras (Gonzalez, 2020; Carneiro, 2003). Entretanto, soma-se a esse contexto histórico-social vivido por mulheres negras o fato de que o mercado de trabalho contemporâneo brasileiro caminha para uma economia informal, e palavras como terceirização e flexibilidade estão cada vez mais frequentes.

Nesse ponto, Noronha (2003) entende a informalidade como uma consequência das transformações nos processos de trabalho, nas abordagens gerenciais e organizacionais, e nas modalidades de trabalho que dispensam locais e horários fixos. O autor destaca um aspecto positivo, sugerindo que o modelo tradicional de contrato de trabalho não se alinha mais com as demandas emergentes do mercado. Por outro lado, ele aponta para um aspecto negativo, relacionado à informalidade como uma fonte de problemas sociais imediatos, tais como o desemprego e a natureza precária e instável do trabalho. Para Lima e Soares (2002), a informalidade deixa de representar um fenômeno transitório para tornar-se definitivo na medida em que está associada às novas relações de trabalho, marcadas pelas práticas de flexibilidade.

Terceirização, subcontratação, a contratação de pessoa jurídica para atividades regulares ou exclusivas, autônomos proletarizados, contratação por prazo determinado,

trabalho, estágio, contrato em tempo parcial, contrato de experiência, contrato temporário, trabalhador avulso, freelancer, entre outras, já demonstram formas de contratações diversas presentes nos vários setores da economia, seja no trabalho industrial, no comércio, no serviço ou mesmo no setor público. Para Antunes (2020), a popularização desse léxico coloca luz ao fato de a intermitência ser cada vez mais presente no nosso dia a dia e, diretamente, ligada à ampliação do trabalho não formal. No mundo digital, há um aumento significativo da informalidade com a expansão de trabalhos autônomos, em que o indivíduo acaba por torna-se um proletariado de si próprio com a instabilidade e insegurança sendo traços característicos dessas modalidades de trabalho.

Antunes (2020) traz como exemplo a experiência britânica do *zero hour contract* [contrato de zero hora]³⁶, sendo o novo sonho do empresariado global, em que os trabalhadores e trabalhadoras ficam à disposição de uma plataforma, florescendo uma modalidade de trabalho chamada ‘escravo digital’. Este trabalho faz uma ressalva com relação ao termo/conceito. Concordamos e utilizamos o entendimento do autor sobre as características do modelo de trabalho contemporâneo baseado nas plataformas em que há exploração e uma dissolução cada vez mais explícita dos direitos trabalhistas, entretanto não há como comparar com o período da escravidão em que pessoas foram desumanizadas, mortas, torturadas, arrancadas dos seus países para servir de força de trabalho em um projeto de expansão capitalista. O conceito apresenta uma falsa simetria e respeitar essa diferença é fundamental para não minimizar o período da escravidão e sofrimento, nunca reparado, vivido pelo povo negro.

A expansão do trabalho on-line desfaz as fronteiras existentes entre tempo de vida no trabalho e tempo de vida fora dele, proporcionando uma ampliação nos trabalhos informais e autônomos em que sindicatos e movimentos sociais de classe precisam olhar para uma morfologia mais fragmentada e complexa do trabalho. As fronteiras tradicionais entre o tempo dedicado ao trabalho e o tempo livre são sobrepostas, impulsionando uma ampliação dos trabalhos informais e autônomos que buscam por formas inovadoras de organização que reflitam a diversidade e complexidade do trabalho na era digital.

³⁶ “Trata-se de uma espécie de trabalho sem contrato, no qual não há previsibilidade de horas a cumprir nem direitos assegurados. Quando há demanda, basta uma chamada e os trabalhadores e as trabalhadoras devem estar on-line para atender o trabalho intermitente” (Antunes, 2018, p. 29)

Crary (2016), ao traçar um panorama da sociedade em que vivemos, enxerga que a precarização do mundo do trabalho está ultrapassando a última fronteira possível, que é o sono. A construção de uma vida humana sem descanso, definida por um funcionamento contínuo, serve de prisma para entendermos algumas consequências da modernização ocidental. Trazer essa discussão para esta pesquisa a coloca em um lugar que reflete sobre como essas configurações de identidades pessoais e sociais estão sendo reorganizadas para atender essas operações ininterruptas do mercado e das redes de informações. Crary (2016) afirma que não existem mais situações em que não é possível fazer compras ou explorar recursos da rede. Para o autor, “em relação ao trabalho, torna-se plausível, até normal, a ideia de trabalho sem pausa, sem limites” (Crary, 2016, p. 19). E complementa: “Como slogan publicitário, [institui-se] a disponibilidade absoluta – e, portanto, um estado de necessidades ininterruptas, sempre encorajadas e nunca aplicadas” (2016, p. 20). Em qualquer conjuntura, podemos gravar, arquivar informações online, ficar disponível e isso torna-se efeito colateral das ‘novas’ exigências institucionais, em que o alerta vai para a relevância de pensar, não apenas nos efeitos particulares das redes, mas avaliar como as percepções e as experiências estão sendo reposicionadas diante dos ritmos, velocidades e formas de consumo acelerados. O ritmo acelerado que nos vem sendo imposto, muito fruto da reconfiguração de sistemas, modelos e plataformas, intensifica essa vigilância e estimula a contínua substituição de produtos, não apenas de dispositivos físicos, mas também padrões exclusivos da nossa realidade social (Crary, 2016).

Vivenciamos, na contemporaneidade, o crescimento do novo proletariado de serviços (Abílio et al, 2021) em que as relações de trabalho estão se reestruturando, sob demanda, e há a difícil delimitação das fronteiras entre trabalho, vigilância, consumo e lazer. Para esta tese, o entendimento de plataforma digital não se restringe apenas a um meio técnico e, sim, a empresas que controlam infraestruturas digitais organizadas por algoritmos e alimentadas por dados (Van Dijck et al, 2018). Abílio et.al (2021) vão chamar de trabalho subordinado por meio de plataformas digitais essas relações que demarcam de saída que não se trata de mera mediação das plataformas digitais e explicam que há uma informalização que envolve a perda de predeterminações claras sobre a jornada de trabalho, sobre a distribuição do trabalho e até mesmo sobre sua precificação:

No trabalho subordinado por meio de plataformas digitais, trabalhadores não são contratados, nem mesmo recrutados. Não há vagas predeterminadas ou

processos seletivos – aparentemente, para trabalhar, basta se cadastrar. O contrato de trabalho agora transfigura-se em um contrato de adesão. Entretanto, as empresas têm sido bem-sucedidas em monopolizar setores de atuação e controlar enormes contingentes de trabalhadores. A própria relação de subordinação se informaliza (Abílio et.al, 2021, p.38)

Esses arranjos orientam as interações dos usuários de plataformas e, simultaneamente, moldam as interações e normas sociais. O *marketing* nas mídias sociais, ao qual as influenciadoras negras estão ligadas, traz consigo a expectativa de engajamento e resposta 24 horas por dia, sete dias por semana, bem como a necessidade de uma estrutura de *marketing* fluida que seja ágil e dinâmica ao reagir aos padrões de resposta do consumidor e tópicos de tendência (Campbell e Farrell, 2020). Tal expectativa surge da natureza instantânea e onipresente das mídias sociais, onde os usuários esperam respostas rápidas e interações em tempo real. Isso significa que as marcas precisam ter uma presença ativa e uma estratégia de engajamento bem definida para atender a essas demandas com uma abordagem flexível e adaptável, em tempo real, contínua e fluida.

Esta tese olha para as influenciadoras digitais com lentes semelhantes às das autoras Karhawi e Prazeres (2022), sendo que, mesmo que haja aproximações e distanciamentos com outros grupos de trabalhadores digitais – como teletrabalhadores, entregadores de aplicativos, trabalhadores de tecnologia da informação, entre outros –, entende as influenciadoras digitais como trabalhadoras digitais platformizadas:

Assim, influenciadores digitais são trabalhadores da informação; trabalham pelas plataformas, submetidos à regulação algorítmica, mas têm ‘clientes’ que operam numa lógica semelhante à das agências de comunicação e dos produtores de conteúdo. Os influenciadores não vendem um produto material, eles prestam um serviço relacionado à informação. Seus contratos são também com clientes, mas os ‘contratos’ com as plataformas apresentam regras muitas vezes não explícitas, que mudam o tempo todo à revelia dos trabalhadores (Karhawi e Prazeres, 2022, p. 805)

Em outras palavras, os influenciadores prestam um serviço seja por meio da criação de conteúdo original, da curadoria de informações relevantes ou da promoção de produtos e serviços. Além de estarem também sujeitos a regras e políticas das plataformas digitais, muitas vezes não explícitas e sujeitas a mudanças frequentes, o que pode impactar diretamente em seu trabalho e em sua capacidade de alcançar e engajar seu público. Particularmente, para as plataformas, Van Dijk et al (2018) destaca que há critérios de relevância algorítmica que tornam certas publicações visíveis, enquanto escondem outras. Sobre esse processo de filtragem, os autores olham para as

tecnologias de plataformas, modelos econômicos e práticas de usuários como fatores que moldam a atividade social por meio da datificação, comoditização e seleção.

A datificação, conforme descrito por Van Dijk et al. (2018), é fundamentada na captura de dados, permitindo que plataformas desenvolvam técnicas de análise preditiva, servindo como base para publicidade direcionada e serviços personalizados. Isso ocorre por meio da circulação de dados, facilitada pelas Interfaces de Programação de Aplicativos (APIs) para terceiros. Nesse contexto, as plataformas operam como ecossistemas, onde os dados são compartilhados entre diversos serviços online. Por outro lado, a comoditização refere-se à transformação das interações online em mercadorias negociáveis. Diversos tipos de moeda são identificados, incluindo atenção, dados, usuários e dinheiro. Essa dinâmica é suportada por mercados multilaterais, essenciais para o funcionamento dos ecossistemas de plataformas, conectando infraestruturas e setores. Enquanto as plataformas possibilitam que os usuários se tornem empreendedores de si mesmos, também exploram o trabalho desses usuários, contribuindo para a precarização do trabalho e intensificando os serviços sob demanda. Finalmente, o processo de seleção de conteúdo passa por uma mudança significativa, com os filtros anteriormente realizados por especialistas sendo substituídos por filtros gerados pelos próprios usuários, em conjunto com os algoritmos das plataformas. Isso influencia diretamente a visibilidade online e a disponibilidade de conteúdo, serviços e conexões interpessoais negociáveis. Diversos tipos de moeda são identificados, incluindo atenção, dados, usuários e dinheiro.

Essa dinâmica é suportada por mercados multilaterais, essenciais para o funcionamento dos ecossistemas de plataformas, conectando infraestruturas e setores. Entretanto, essa classificação apresentada por Van Dijk et al. (2018) não é transparente para os usuários que pouco sabem sobre os mecanismos das plataformas que definem essas escolhas. Helmond et al. (2019) argumenta que é fundamental considerar que as plataformas atendem a vários grupos de usuários, além dos usuários finais (por exemplo, desenvolvedores, negócios, investidores), e operam em vários níveis (por exemplo, interface, arquitetura, ecossistema). Os autores explicam que, ao fazer uma historiografia da web, percebe-se que a internet saiu de uma infraestrutura aberta para plataformas fechadas e, em seguida, para ecossistemas com redes em larga escala de aplicativos conectados e integrados.

Em paralelo, seu crescimento explosivo levou à prevalência de novos tipos de problemas sociotécnicos, sistemas e infraestruturas que agora sustentam o fornecimento

de serviços de rede social e o ecossistema maior de mídia, entretanto permanecem ocultos. Para D'Andréa (2020), o cenário tecnopolítico contemporâneo não é dos mais animadores, sobretudo, se considerarmos ele cada vez mais distante das promessas da Web 2.0 e próximo da plataformização do social, em que não se estagna as relações de forças entre os atores em ação. Desta forma, as aplicações matemáticas, base para a economia de dados, são escolhas feitas por seres humanos e podem propagar preconceitos, equívocos e vieses nos sistemas de *software* que estão cada vez mais presentes nas nossas escolhas e vidas.

A pesquisa de Carrera e Carvalho (2019) revelou uma disparidade significativa na representação de mulheres negras e mulheres brancas em banco de imagens relacionadas à família, quando se utilizavam palavras-chave como "family", "black family" e "white family". Mais especificamente, as mulheres negras eram mais frequentemente retratadas sozinhas em comparação com as mulheres brancas, sugerindo uma tendência subjacente de exclusão ou marginalização das mulheres negras nas representações familiares presentes nos bancos de imagens. Essa descoberta é indicativa de possíveis preconceitos, ou de viés algorítmico, nas plataformas de busca de imagens, o que destaca a importância de abordar e remediar tais questões para garantir uma representação mais justa e inclusiva em diferentes contextos visuais. O desafio, ao olharmos para ambientes digitais, é considerar como ponto de partida básico que a materialidade dos meios é também modos pelos quais o racismo está presente nas tecnologias, considerando que os processos que ocorrem no processamento de imagens são automatizados e invisíveis.

Em linha de pensamento semelhante, O'Neil (2020) vai definir como Armas de Destruição Matemáticas (ADMs) os algoritmos que tendem a punir e a oprimir minorias. A autora explica que são modelos matemáticos, cujo propósito é rodar diferentes cenários em conjunturas específicas, procurando a combinação ideal, além de serem projetados por um número significativo de pessoas, com conteúdo considerados segredos corporativos, que avaliam comportamento, modificam o curso das relações e têm por natureza simplificações. Segundo O'Neil (2020), não há a possibilidade de incluir em um modelo matemático todas as facetas e complexidades exigidas durante as relações e a comunicação humana, de modo que a criação de um algoritmo demanda escolhas que colocam em evidência valores, desejos e ideologias, mesmo que haja a ideia de imparcialidade. Além disso, ao enfatizar que os modelos são opiniões embutidas em matemática, os dados coletados dependem de perguntas feitas por quem

as elabora e eles são relevantes na medida em que servem para prever comportamentos e retroalimentar os programas:

Racismo, no nível individual, pode ser visto como um modelo de previsão zunindo em milhões de mentes humanas ao redor do mundo. É construído a partir de dados incompletos, defeituosos ou generalizados. Quer venha de experiências próprias ou de boatos, os dados indicam que certos tipos de pessoas se comportam mal. Isso gera uma previsão binária de que todas as pessoas daquela raça irão se comportar daquela forma. Desnecessário dizer que racistas não gastam muito tempo buscando dados confiáveis para treinar seus modelos deturpados. E uma vez que o modelo se transforma em crença, torna-se programado, encucado. Ele gera suposições tóxicas, mas raramente as testa, assentando-se em dados que parecem confirmá-las e fortalecê-las. Portanto, racismo é o mais desleixado dos modelos de previsão. Ele é alimentado por coleta irregular de dados e correlações espúrias, reforçado por injustiças institucionais e contaminado por viés de confirmação (O'Neil, 2020, p. 21)

Saber por que alguém está sendo beneficiado ou impedido de algo por um determinado modelo matemático é importante já que, ao simplificar e generalizar as relações humanas, os modelos, além de colocar as relações humanas na opacidade, ainda são capazes de gerar um ciclo nocivo baseado em *feedbacks* equivocados que, em um contexto de rede, ganham larga escala e afetam a sociedade como um todo. O'Neil (2020) afirma que, via de regra, algoritmos são opacos, pouco transparentes e as empresas ainda fazem esforços de esconder os resultados dos seus modelos, tendo a opacidade, escala e dano como elementos fundamentais das ADMs. O que temos, então, são modelos baseados em algoritmos que excluem e não oferecem recursos para reverter as situações em que pessoas são deixadas à margem. No caso de racismo, a autora o entende como reflexo das condutas adotadas por quem faz as perguntas e constroem os algoritmos e também pelo *feedback* social que retroalimenta esses programas.

Empresas como Facebook, Google, Apple, Amazon e operadoras de telefonia alimentam-se de dados, cada vez mais silenciosos e personalizados, que moldam modelos de negócios inteiros, como universidades, empréstimos consignados, entre outros: “Em muitos casos, afinal, um gerente de empréstimos ou de contratação rotineiramente excluiria raças inteiras, sem mencionar todo um gênero de serem considerados para um empréstimo imobiliário ou oferta de emprego” (O'Neil, 2020, p. 314). A autora explica que a tomada de decisão futura é baseada em programação e códigos do passado e não há a possibilidade de 'inventar/mudar' o futuro, quando se tem como base programas computacionais, porque essa é uma capacidade humana que requer imaginação moral. A dificuldade é introduzir, explicitamente, melhores valores

aos algoritmos baseados em condutas éticas porque isso significa reduzir lucros ou privilégios de uma minoria.

De forma mais ampla, os algoritmos identificam o que é considerado tendência, e dedicam-se a estimar uma aproximação calculada de públicos com base nos rastros das atividades de seus participantes. A preocupação, segundo Gillespie (2018), não é apenas com tecnologias de avaliação, mas de representações na medida em que esses públicos, produzidos pelos algoritmos, sejam tomados como legítimos pelos usuários ou pelas autoridades. Neste ponto, Tarcízio Silva (2020) destaca a necessidade de entender os diferentes modos (sutis, opacos e difusos) pelos quais o racismo adentra as tecnologias digitais que vai desde recomendação de conteúdo, moderação, reconhecimento facial, processamento de imagens e interface (como símbolos, imagens, voz, textos e representações gráficas), servindo de categorização e classificação social. Os vieses são mascarados pela confiança e crença na neutralidade tecnológica e também pela própria tecnologia com práticas informacionais invisíveis a seus usuários.

Vale destacar, também, que tratar o viés algorítmico apenas como uma questão técnica é muito simplista, e ainda pode criar resultados discriminatórios. Afinal, não considera o importante papel dos humanos nos vários estágios do ciclo de vida da Inteligência Artificial, e nem as consequências para a sociedade. Noble (2022) fala, especificamente, do racismo sob a perspectiva dos algoritmos de busca, e deixa evidente que a internet é um lugar hostil para meninas e mulheres negras. O ponto de vista da autora serve para refletirmos sobre as hierarquias raciais que emergem da construção e dos usos das plataformas, já que há repercussões significativas em ter uma empresa como a plataforma Google à frente do acesso massivo à informação. Tal fato reflete diretamente nos imaginários coletivos referentes ao o que é ser uma mulher negra porque, ao invés de funcionar como uma fonte neutra e imparcial de informações como promete, a plataforma, segundo a autora, busca ampliar sua dominação no mercado de modo que as velhas representações racistas seguem vivas nos contextos digitais.

Opressão algorítmica é o conceito criado por Noble (2022) para tratar da forma como as grandes corporações digitais adotam decisões automatizadas que influenciam em várias áreas das nossas vidas. Os resultados produzidos pelas empresas têm influências significativas nas pessoas, suas comunidades e suas realidades, além de contribuir para formar opiniões referentes ao papel das representações midiáticas em torno das diferenças sociais, culturais, étnicas e raciais (Noble, 2022). Desta forma, as plataformas de mídias sociais apresentam novas e velhas práticas racistas, como o uso

de memes (Lamerichs et.al, 2018), influenciadores racistas reacionários (Murthy e Sharma, 2019; Johns, 2017), assédio coordenado e generalizado no Twitter (Shepherd et al, 2015), o uso de identidades falsas para incitar o ódio racista (Farkas et.al, 2018), microagressões (Sue e Spanierman, 2020), usuários reproduzindo o racismo por meio de práticas aparentemente inofensivas como o uso de emojis (Matamoros-Fernández, 2017) e GIFs (Jackson, 2016). São vários os estudos e os casos noticiados de falhas de algoritmos relacionados a pessoas não brancas e a mulheres, que apresentam a possibilidade de olhar para formas estruturais da plataforma pelas quais o racismo e o sexismo atuam.

Especificamente, sobre mulheres negras, as representações pejorativas e problemáticas presentes no Google são normalizadas, replicadas e estão entranhadas nas relações sociais offline (Noble, 2022). São imagens e conteúdos animalizados, desumanizados ou ligados a sites pornográficos, em que gênero, classe, poder e sexualidade interagem em uma matriz de relações sociais que cria condições de desigualdade e opressão. O paradoxo é que, se por um lado, as plataformas promovem dinâmicas, interações e conteúdo de forma exponencial, por outro existem disputas acirradas e opacas nesses espaços. Um ponto central é considerar que as plataformas podem ser usadas para transformar a ação social, manter o *status quo* ou reproduzir o racismo e a colonização (Mills e Godley, 2018).

As influenciadoras negras, que vêm de uma herança de desumanização e invisibilidade por causa das questões histórico-culturais, sociais e socioeconômicas – conforme abordamos acima –, tais tensionamentos são ainda mais agravados, pois já há uma tendência de menor participação no mercado de trabalho brasileiro, considerando que mulheres negras sempre estiveram à margem do mercado, formal e informal. O próximo tópico é destinado às particularidades do processo de influência online.

3.4 - Quem te influencia?

Uma viagem, a escolha de um novo destino, um par de sapatos, uma maquiagem recém-lançada, um novo livro ou uma visão de mundo compartilhada com a sua. Como você escolhe quais são suas referências? É a partir dessa pergunta que trataremos da profissão influenciador digital. Fazer a retrospectiva da mulher no mercado de trabalho brasileiro de forma racializada possibilita olhar para diferentes práticas sociais que seguem reverberando na contemporaneidade. Para isso, parte-se do entendimento que nem toda pessoa que publica conteúdo online é influenciador digital (Primo, 2021;

Karhawi, 2017). O termo conceitua quem produz conteúdo pago, apresenta uma base de fãs/seguidores/inscritos significativa e monetiza a própria imagem e as publicações. Os influenciadores atraem a admiração de suas audiências – fiéis e crescentes – por suas performances, especialidades e o apreço conquistado conferem a eles um potencial persuasivo (Primo et al, 2021).

Ao considerar um indivíduo influente ou importante em uma rede social, ou em uma rede de comunicação mais ampla, presume-se que essa pessoa também tenha o potencial de ser um formador de opinião para públicos específicos. Essa perspectiva sugere que o poder de influência e a capacidade de moldar opiniões não estão restritos apenas aos líderes de opinião tradicionais, mas podem ser encontrados em diferentes contextos e tipos de conexões sociais. Alfalahi et al (2014) definem um influenciador digital como uma pessoa que é seguida por muitas e que tem o poder de fazer mudanças em uma comunidade, enfatizando a importância da capacidade de encorajar a ação dentro de um grupo definido. Consequentemente, a influência ocorre por meio de uma rede extensa e não é apenas uma questão de quem é o usuário, mas também da posição que esse usuário ocupa em uma rede mais ampla, considerando a estrutura e o modo que determinada mensagem é espalhada para os seguidores ou amigos, que têm alguma chance de também espalhá-la para seus seguidores ou amigos, e assim por diante (Domingos, 2005; Carter, 2016). Esses indivíduos, não comuns e influentes, são capazes de formar tendência.

Partimos da ideia de que um indivíduo influente ou importante em uma rede social, ou mais genericamente em uma rede de comunicação, provavelmente, também traz consigo a possibilidade de ser um formador de opinião para públicos específicos (Parau, 2017). Parsons (1963), na década de 1960, já teorizava que a ideia comum entre os estudos sobre o efeito das comunicações, persuasão, formação de atitudes e intenções era a influência. O autor, de base estrutural-funcionalista, foi um dos precursores em considerar a influência de padrões socioculturais e normativos na conduta dos indivíduos, ao compreender a relação existente entre política, economia e sociedade. Para a teoria parsoniana, a ação humana é entendida a partir de processos motivacionais, não apenas numa racionalidade instrumental (no sentido econômico), e também por meio de mecanismos não-rationais ou irracionais, ligados aos processos de aquisição de valores pelo indivíduo.

A preocupação de Parsons (1963), com a construção de uma Teoria das Instituições, era analisar o papel das instituições na ação humana e a forma como os

indivíduos interagem com as normas e os valores que permeiam essas instituições em uma sociedade específica. É importante ressaltar que, segundo Parsons (1963), o termo "instituição" não se refere apenas a uma norma reguladora isolada, mas sim a um sistema complexo de normas que estão enraizadas em valores compartilhados por todos os membros de uma determinada sociedade. Essas instituições normativas moldam o comportamento humano, orientando as interações sociais, os papéis desempenhados pelos indivíduos e as expectativas associadas a esses papéis. Assim, a Teoria das Instituições, proposta por Parsons (1963), busca compreender como as instituições sociais influenciam a ação humana, como são mantidas e reproduzidas ao longo do tempo e como contribuem para a estabilidade e coesão social. Essa abordagem teórica ajuda a elucidar a complexidade das sociedades humanas e a entender como os padrões de comportamento e organização social são estabelecidos e mantidos.

Para o autor, os Sistemas Culturais, Sociais e de Personalidade conduzem o indivíduo ou uma coletividade diante de determinadas situações, cada um com estrutura própria. Por Sistemas Culturais, Parsons (1963) entende aqueles que possibilitam o compartilhamento de símbolos, sentimentos, padrões de conduta e normas, além de ser base para os demais sistemas. Já os Sistemas Sociais são responsáveis por organizar as orientações e motivações da ação de um ator individual, tratando de otimizar as gratificações e, ao mesmo tempo, minimizar as privações, considerando uma pluralidade de atores individuais que interagem entre si em uma situação que tem ao menos um aspecto físico, ou ambiental envolvido. Aqui, os valores e normas dos sistemas sociais são chamados de institucionalização. Por fim, os Sistemas de Personalidade mobilizam o indivíduo para que atenda às suas carências, sejam elas de caráter biológico ou social. Os processos pelos quais valores e normas tornam-se partes constitutivas dos sistemas de personalidade são chamados de internalização (França, 2009).

Nessa perspectiva, a influência é vista como meio simbólico de persuasão e se constitui em um "nós" no sentido de que as partes têm opiniões e atitudes em comum, em virtude das quais "permanecem juntas" em relação àqueles que diferem delas; essa é uma condição de uma coletividade estável³⁷ (Parsons, 1983). O autor fala que a influência não é um sistema fechado, e que pode ser pensada como um meio circulante e a classifica em: 1) influência política, que envolve a utilização de poder ou autoridade

³⁷ O próprio autor explica que há relação entre este ponto e os achados nos estudos Voting, de Berelson, Lazarsfeld e McPhee.

para influenciar o comportamento ou as decisões de outras pessoas; 2) influência fiduciária, aquela que é baseada na confiança e na relação de cuidado e responsabilidade mútuos entre as partes envolvidas; 3) influência através do apelo a lealdades diferenciadas ocorre quando uma pessoa ou grupo busca influenciar os outros apelando para as lealdades que eles têm com diferentes identidades ou grupos sociais; 4) influência orientada para a interpretação das normas, que envolve influenciar o comportamento das pessoas moldando sua compreensão e interpretação das normas sociais, valores culturais e expectativas compartilhadas. Esses diferentes tipos de influência, segundo o autor, desempenham papéis importantes na dinâmica social e nos processos de tomada de decisão em grupos e sociedades.

Parsons (1983) aborda também a existência de grupos de “pressão cruzada”, como consequência do crescente pluralismo de papéis de uma sociedade complexa. Nesse contexto, é necessário administrar cuidadosamente a influência, escolhendo as ocasiões em que intervir e o modo apropriado de intervenção, para que não haja desperdício da capacidade de convencer. Tais conceitos estão inserido nas teorias sociológicas da Ação e dos Sistemas, que podem ser sistemas pessoais de cada indivíduo, sistemas sociais resultantes das ações conjuntas de vários indivíduos e os sistemas culturais, esse último, constituídos por meio de papéis e que podem ser classificados de acordo com o tipo de ação dominante (Parsons, 1951). A influência é entendida pelo autor como uma forma geral de persuasão, baseada em interesses e informações para que se desenvolvam mecanismos nas sociedades modernas em que certos indivíduos, grupos, ou pessoas em certas posições, que têm uma capacidade generalizada de persuadir os membros da sociedade a tomarem certas ações com o intuito de manter a coesão social.

As principais críticas a Parsons (1963), um teórico da sociologia funcionalista, apontam a ausência de mudanças nesses sistemas já que ele considera os sistemas sociais (Culturais, Sociais e de Personalidade) equilibrados e formados por estruturas e com ênfase na estabilidade o que pode levar à negligência das mudanças sociais e da dinâmica de conflito. Para Parsons (1963), a mudança social era vista como um processo lento e incremental, muitas vezes ignorando ou subestimando a importância de mudanças rápidas e disruptivas na sociedade. É um sistema de normas em que os desvios são reprovados e dificultam a integração (Dahrendorf, 1974), e o conflito é visto de forma marginal (Quintaneiro, 2002), havendo um afastamento das diferenças culturais e históricas que constroem as sociedades.

Essas críticas destacam algumas das limitações da abordagem de Parsons (1963) e ressaltam a importância de abordagens mais dinâmicas e contextualizadas para o estudo da sociedade e do comportamento humano. Entretanto, para essa tese, mesmo sendo uma teoria estrutural-funcionalista e distante da perspectiva social abordada neste trabalho, nos interessa a ênfase dada por Parsons (1983) à influência. O autor a entende como parte relevante na formação de um vínculo social comum, coletivo e central da vida social, ocorrendo por meio de normas sociais, valores culturais, papéis sociais, autoridade legítima e assim por diante. Parsons (1983) considerou também a importância da reciprocidade na influência social ao argumentar que as pessoas influenciam umas às outras de maneira bidirecional, e essa troca de influências é fundamental para a manutenção da estabilidade e coesão social.

Em sentido semelhante, teorias do campo da Comunicação consideraram central a ideia de influência, dando atenção ao fluxo de informação da mídia de massa que passa pelo papel dos formadores de opinião. A Teoria do *Two-Step Flow* (Teoria do fluxo em duas etapas), de Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet (1944), sugere que as mensagens dos meios de comunicação de massa são filtradas e interpretadas por líderes de opinião antes de serem disseminadas para a população em geral. Essa teoria destaca duas etapas principais: Na primeira, as mensagens dos meios de comunicação alcançam os líderes de opinião, que são indivíduos influentes em suas comunidades ou grupos sociais. Esses líderes de opinião têm certo conhecimento ou interesse em determinados assuntos e estão envolvidos em interações sociais significativas. Eles são responsáveis por filtrar e interpretar as mensagens dos meios de comunicação de acordo com suas próprias perspectivas, valores e experiências.

Em uma segunda etapa, os líderes de opinião processam as mensagens e as disseminam para os membros de suas redes sociais ou comunidades. As pessoas que recebem essas mensagens dos líderes de opinião tendem a confiar e dar mais credibilidade a elas do que às mensagens diretamente dos meios de comunicação de massa. Isso ocorre porque as mensagens são apresentadas por fontes que são conhecidas e confiáveis para eles. A teoria destaca a importância dos líderes de opinião como mediadores na disseminação de mensagens dos meios de comunicação para a população em geral e sugere que as interações interpessoais desempenham um papel crucial na formação de opiniões e atitudes públicas. Lazarsfeld et al. (1944) definiram o líder de opinião como uma pessoa atraente, com características marcantes em seus aspectos

psicológicos, físicos e sociais, e que possui um conhecimento credível em um determinado domínio.

Entretanto, há outras definições usadas para descrever os formadores de opinião. Para Rogers (2010), um líder de opinião é um participante com status socioeconômico mais elevado em comparação com seus seguidores devido à grande exposição aos meios de comunicação de massa e mantém um forte contato com agentes de mudança, o que o torna um participante social influente. Flodgren et al. (2019) e Chan e Misra (1990) consideram que as características comuns para um formador de opinião são geralmente especificadas como simpático, confiável, educacionalmente influente e autoconfiante. Para Hellevik e Bjorklund (1991), um líder de opinião é quem exerce influência sobre as opiniões dos outros.

Katz (1957) vai além, e traz três fatores que impactam o *status* da líder de opinião: (a) personificação de certos valores sendo percebidos como modelos a serem seguidos e admirados pelos outros membros do grupo; (b) competência pessoal dentro de um determinado domínio ou área de interesse de modo que eles possuem conhecimento e habilidades específicas que os tornam influentes e respeitados pelos outros, e (c) localização social estratégica por desempenharem um papel crucial em seu status e influência. Eles podem ocupar posições de destaque em termos de status social, ter acesso a redes de comunicação influentes, ou estabelecer conexões privilegiadas que lhes permitem disseminar suas opiniões de forma eficaz. O autor lembra ainda que o *status* de líder de opinião não é estático e pode mudar com o tempo, à medida que novos valores, competências e contextos sociais emergem. Além disso, diferentes indivíduos podem assumir o papel de líder de opinião em diferentes momentos e em diversos domínios, dependendo das circunstâncias e das necessidades específicas do grupo ou comunidade em questão. A identificação e a influência dos líderes de opinião podem variar dependendo do contexto cultural, político, econômico e social.

Em estudos mais recentes, Katz (2015) explica que essas possibilidades geram uma percepção promissora de que a mídia e a comunicação interpessoal não estavam em competição, mas sim intimamente conectadas, de modo que pessoas influentes surgiram em todos os lugares e em todas as classes sociais. Para o autor, essas discussões deixam explícito que a ideia de “formador de opinião”, objeto central da Teoria do *Two-Step Flow* (Teoria do fluxo em duas etapas), é ampliada e oferece lugar para várias etapas nas redes sociais. Desta forma, parte-se da ideia que a liderança de opinião está enraizada no sentido de autoridade cultural, intelectual ou técnica, que

alguns indivíduos acreditam possuir dentro de grupos, de modo que conferem um senso de conhecimento e auto concepção de liderança (Shah e Scheufele, 2006; Arrami et al, 2018), estando na vanguarda das tendências sociais e pioneiros na adoção de inovações (Rogers, 1995; Summers, 1970).

Tratam-se de múltiplos métodos para identificar influentes ou líderes (Lippit et al., 1952; Weimann, 1994; Noelle-Neumann, 1983; Shah e Scheufele, 2006), que apontam para indivíduos semelhantes, cujos interesses eram um pré-requisito para a conversa, mas não suficiente ou equivalente à influência. Nos estudos contemporâneos, do ponto de vista do *marketing* e com base em suas características e na estrutura da rede social, Bamakan et. al (2019) entende os líderes de opinião como: a) locais ou globais, em que os globais têm maior capacidade de exercer a influência nos múltiplos mercados internacionais com acesso a uma comunidade online madura e densa, ao contrário dos influenciadores do mercado local, que se envolve principalmente com algumas comunidades díspares ou fragmentada; b) monomórfico ou polimórfico, nesse caso tem a ver, respectivamente, com a especialidade e conhecimento considerável em apenas uma área ou em várias áreas temáticas; c) positivos ou destrutivos em suas opiniões, de modo que, por mais que haja uma frequência maior nos líderes de opinião com foque no lado positivo, há líderes de opinião que podem se comportar de maneira manipuladora, persuasiva, destrutiva, tendendo a usar o controle e a coerção em vez da persuasão e do comprometimento; d) de longo ou curto prazo, relacionado ao nível de confiança dos usuários em relação aos seus líderes de opinião. Temos, então, classificações de diferentes períodos e visadas teóricas que nos ajudam a pensar na complexidade que é a construção do processo de influência contemporânea, demonstrando que a influência não é um fenômeno recente.

Para esta tese, interessa pensar na figura da “influenciadora” da contemporaneidade, presente em uma plataforma online, considerando as possibilidades e potências nas brechas dos sistemas sociais. Leaver et al. (2020) argumentam que as grandes plataformas online incorporam suposições culturais e normas sociais específicas, influenciando assim diferentes tipos de comportamento e interação. Os autores destacam que a atividade nessas plataformas está estreitamente ligada à capacidade de liderança online, na qual as métricas de desempenho servem como evidências do potencial de persuasão de um indivíduo. No entanto, eles ressaltam que não é suficiente simplesmente acumular números altos de curtidas e seguidores; em vez disso, há uma valorização crescente do engajamento genuíno e motivado. Esse

engajamento autêntico é visto como uma das estratégias cruciais dos influenciadores no processo de construção de audiências, permitindo-lhes criar conexões mais significativas e duradouras com seu público-alvo.

No contexto, de acordo com Primo et.al, (2021), a atenção é uma *commodity* limitada e muito disputada:

Esses números, tomados como métricas de engajamento, são observados por agências e anunciantes ao selecionarem quais criadores de conteúdo digital pretendem associar aos seus produtos. Portanto, além do conteúdo e da personalidade do influenciador precisarem estar alinhados com o perfil da marca e com sua estratégia de ação, é preciso que o produtor apresente métricas que demonstrem seu potencial de engajamento e persuasão [...] Quanto mais o público se identificar com o criador e engajar com o conteúdo, mais a publicação será sugerida pelos algoritmos das plataformas e mais potente será o processo promocional. (Primo et al, 2021, p. 37)

Desta forma, a identificação com a influenciadora é base dessa relação com os seguidores e por isso, há a construção de uma série de estratégias como publicações frequentes, autopromoção nas próprias plataformas, interações que estimulam os comentários e compartilhamentos, e, também, o conteúdo dos perfis. Para as autoras, o poder de influenciar está diretamente ligado à capacidade de promoção da experiência com o produto, por meio do seu conteúdo digital, de modo que ele deixa de ser uma livre manifestação expressiva para que possa ser transformado em algo lucrativo. A espontaneidade dos perfis é substituída por uma estruturação da atividade produtiva que visa vinculações mercadológicas.

Khamis et.al (2017) vão denominar de *self-branding* o movimento em que indivíduos desenvolvem uma imagem pública distinta para ganho comercial e/ou capital cultural. As autoras argumentam que os influenciadores, como auto-marcas, devem ter um ponto de venda único que os diferencie dos outros, tornando-os interessantes e relevantes tanto para o público quanto para os profissionais de *marketing*. Esse é um fenômeno ligado ao crescimento da tecnologia digital, especialmente das mídias sociais, que oferecem plataformas para que os indivíduos construam e promovam suas marcas pessoais de maneira mais acessível e abrangente. Para os autores, a ideia de *self-branding* está enraizada no neoliberalismo, onde há ênfase no sucesso pessoal e na diferenciação se tornam fundamentais, transformando a si mesmo em marcas próprias.

Dito de outra forma, o *self-branding* está profundamente enraizado na interseção entre o avanço da tecnologia digital, as ideologias econômicas contemporâneas e a evolução do conceito de marca. Essa prática permite que os indivíduos moldem suas identidades públicas de maneira estratégica para alcançar objetivos específicos, seja no

contexto comercial ou cultural. Khamis et.al (2017) explicam que a diferença está, sobretudo, porque a marca, em si, desassociada ao ser humano é consistente. Isso significa que os elementos visuais, mensagens, valores e identidade da marca podem ser controlados e mantidos ao longo do tempo, independentemente das mudanças nos indivíduos que trabalham na empresa. Entretanto, quando se é a própria marca, a consistência e padronização de ações é algo difícil de sustentar para seres humanos tornando-se mais desafiador manter a consistência e padronização de ações quando se trata de seres humanos que são transformados em produtos. Para esses indivíduos, manter uma imagem consistente, comportamento padronizado e adesão contínua aos valores da marca pode ser difícil, especialmente considerando que os seres humanos são naturalmente complexos e sujeitos a mudanças pessoais e contextuais ao longo do tempo.

As autoras lembram que para o ser humano manter a consistência requer vigilância, autenticidade e ausência de obstáculos inesperados, pontos extremamente difíceis de serem garantidos pelos humanos. Mesmo assim, há um aumento significativo no número de pessoas que se tornam suas próprias marcas e as razões principais, segundo as autoras, são: a mídia social promete fama (e subsequente riqueza) a usuários 'comuns'; dentro de uma cultura política de individualismo neoliberal, o eu como marca é encorajado com a promessa de recompensa; a viabilidade comercial de alguns influenciadores digitais cujo sucesso provou ser inspiradora e aparentemente replicável. Existe uma facilidade aparente em projetar a própria imagem por meio das plataformas.

O estudo de Scolere et al. (2018) vai além ao entender que a auto-marca dos influenciadores é fundamentada em diversas facetas, incluindo suposições sobre a materialidade e o ambiente da plataforma em que operam, as percepções e construções do público sobre eles e suas próprias reflexões sobre o autoconceito. No caso dos perfis das influenciadoras analisadas por esta tese, Nátaly Neri constrói sua automarca em torno do consumo consciente e veganismo, Camilla de Lucas faz isso a partir do seu estilo de vida e Gabi de Oliveira tem a automarca construída a partir da maternidade e do ativismo. Essas três dimensões interagem dinamicamente na formação da auto-marca dos influenciadores, impactando na sua identidade digital e suas relações com o público e marcas. Ao reconhecer essa complexidade, o estudo oferece insights valiosos para compreender como os influenciadores constroem e mantêm sua presença digital e como isso afeta as percepções do público e a eficácia das estratégias de *marketing* de influência.

Os autores também consideram que essa auto-marca toma forma e evolui dentro de uma ecologia de mídia social expansiva, que abrange várias plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat* etc., e cada uma delas apresenta ideologias, recursos e usos distintos, mesmo estando interligadas. A pesquisa revelou que os influenciadores são altamente conscientes de sua imagem pública e adaptam sua apresentação pessoal com base nos recursos da plataforma, já que eles ajustam seu estilo de comunicação, frequência de postagem e tipos de conteúdo para se adequarem melhor à plataforma em questão; na suposições sobre a audiência, adaptando sua apresentação pessoal para garantir que seu conteúdo seja relevante e atraente para seu público-alvo; e o próprio autoconceito do influenciador, transmitindo uma imagem específica de si mesmo de modo que suas escolhas de conteúdo, estilo de comunicação e até mesmo o visual que mantêm podem refletir essa percepção de si mesmo. Os três aspectos interagem de maneira complexa, influenciam as decisões dos influenciadores sobre como se apresentar nas redes sociais e podem otimizar sua presença online ao construir uma relação mais autêntica e engajada com seus seguidores.

Em paralelo e como fruto do crescimento da profissão de influenciador digital, os profissionais de *marketing* criam estratégias para ampliar o engajamento, competir por atenção e alcançar um público cada vez mais conectado. Temos, então, o encontro entre os usuários que vão às plataformas para se conectar com as pessoas, os profissionais de *marketing* que ocupam esses espaços para vender coisas, e a figura dos influenciadores digitais que se apresentam como mercadorias. Soma-se a isso, as dinâmicas sociotécnicas das plataformas. Esse é um mercado cujas atividades são organizadas em torno das pessoas influentes e de um nicho de atuação (Bamakan et al, 2019; Alves et.al 2021).

Plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn* e *X* (antigo *Twitter*) foram progressivamente envolvidas na maioria dos aspectos da vida das pessoas (social, comercial, empresarial, educacional, vida política) e amplamente percebidas como meios eficazes de estratégias de *marketing* pessoal e das empresas (Abed et al., 2015; Rathore et al, 2016; Zhu e Chen, 2015), especialmente, nos aspectos relacionados a clientes e comunicação (Saxena e Khanna, 2013). As marcas estão cientes do poder de influência dessas pessoas nos comportamentos de consumo de populações específicas, e é por isso que usam o *marketing* de influência para impulsionar seus negócios (Alves et al, 2021).

Para Zahoor e Qureshi (2017), as plataformas de mídia social exigiram dos profissionais de *marketing* aprender a coexistir e se comunicar com um usuário pouco sensível ao *marketing* push/interruptivo. Há, aqui, uma mudança na comunicação de *marketing* em que os profissionais tiveram que se adaptar a um ambiente em que os consumidores têm mais controle sobre o que veem e consomem, necessitando de um diálogo mais interativo e participativo. Na outra ponta, os usuários tornaram-se menos receptivos a mensagens de *marketing* intrusivas e mais inclinados a procurar informações que os interessam genuinamente. São mudanças que exigem a adoção de estratégias mais sutis e centradas no cliente, como o *marketing* de conteúdo, o engajamento com influenciadores e a criação de comunidades online.

Acrescido a isso, temos algoritmos cada vez mais avançados no processo de personalização de informações, aumentando a tendência de indivíduos serem influentes em relação a tópicos específicos (Cano et al, 2014; Embar et al, 2015; Katsimpras et al, 2015), além da capacidade de transformar o compartilhamento de experiências online na possibilidade de os consumidores interagirem com as marcas (Chappuis et al, 2011; Qualman, 2013). Parte-se das noções que a ascensão e popularização das plataformas possibilitou que as empresas encontrassem maneiras mais direcionadas de influenciar o comportamento das pessoas, por meio do uso de influenciadores digitais (Alves et al, 2022; Glucksmann, 2017; Kalu, 2019).

Karhawi (2017), ao registrar a evolução do termo ‘influenciador digital’³⁸, aponta que um movimento de redefinição da nomenclatura de blogueiros para influenciador. Independente dos diferentes usos, a voz e a personalidade de quem publica foram características fundamentais para a definição do termo, que teve início com os blogs (Ballantine e Yeung, 2015; Novoselova e Jenson, 2019; Gabriel, 2016), em que o entendimento dessas páginas pessoais como mídia fez com que assistimos a transformação de um *hobby* em profissão (Brown e Hayes, 2008; Stubb et al, 2019; Piehler et al, 2022; Arriagada, 2021; Szczurski, 2017), com o uso de abordagens de publicidade mais suaves, menos evidentes e mais autênticas (Campbell e Grimm, 2019). Soma-se a isso, as plataformas que, tecnicamente, agregam consumidores com base em interesses compartilhados e facilitam o surgimento de influenciadores que atraem públicos relativamente de nicho (Abidin e Karhawi, 2021; Schouten et al, 2020). A troca de termos é justificada porque a esfera de produção desses profissionais ganhou

³⁸ Em 2019, a palavra “Influencer” foi oficialmente adicionada ao dicionário de inglês.

várias plataformas de atuação e não apenas uma única plataforma (Gaenssle e Budzinski, 2021).

A profissionalização do setor ocorreu, sobretudo, nos últimos anos, levando não apenas ao crescimento do número de influenciadores, mas também a agências com foco no *marketing* de influenciadores como tática de comunicação (Campbell e Farrell 2020; Makrides et al, 2020). As marcas, ao formar alianças com influenciadores, descobriram o impacto de longo alcance e o potencial de crescimento viral para promover seus produtos e os consumidores os enxergam de forma mais confiável por causa de seus relacionamentos engajados (Lim et al, 2017). Agora, vistos como profissionais, os anúncios dos influenciadores aparecem online e normalmente se misturam ao seu ambiente, combinando o formato do seu conteúdo, semelhante a um publieditorial ou infomercial, e considerando base de seguidores, taxas de engajamento, requisitos monetários para colaboração e conjuntos de habilidades (Campbell e Grimm, 2019).

Aqui, há uma linha tênue no vínculo entre os influenciadores e seus seguidores, por vezes percebidos como íntimos (Enke e Borchers, 2019), embora na realidade seja uma interação parassociais³⁹ (Ballantine e Yeung, 2015; Jin e Ryu, 2020). A interação parassocial descreve a sensação de proximidade e conexão que os seguidores sentem com os influenciadores, mesmo que essa relação seja principalmente unilateral, com os seguidores conhecendo detalhes da vida do influenciador, enquanto o inverso não ocorre. Essa proximidade percebida pode afetar as decisões dos seguidores e influenciar seu comportamento e isso explica parte do apelo persuasivo do *marketing* de influenciadores (Sokolova e Kefi 2020).

O influenciador produz conteúdo conforme as preferências de sua base de seguidores (Hudders et al, 2021), e o sucesso reside no desenvolvimento do relacionamento com seus seguidores, por meio da construção de um perfil atrativo, em que o conteúdo comercial é integrado ao conteúdo não patrocinado. Zhu e Chen (2015) explicam que para o *marketing* de mídia social ser eficaz é necessário que os esforços apresentem congruências e alinhamentos com as diferentes necessidades dos usuários de modo a ajudar as pessoas a satisfazerem suas necessidades, seja na forma de construir relacionamentos, encontrar soluções para problemas específicos ou simplesmente

³⁹ Interação parassocial refere-se a ilusão de relacionamento de um usuário de mídia com uma personalidade de mídia. O conceito elucida as relações entre celebridades de mídia social e seus seguidores e também explica o poder de persuasão das celebridades digitais sobre os consumidores. Tal interação, em plataformas de *marketing* de mídia social e comércio social, decorre da intimidade imaginada ou ilusão de personagens de mídia social, influencia positivamente a intenção de compra dos consumidores e as relações consumidor-marca (JIN E RYU, 2020)

admirar a página. Os autores consideram que a segmentação e relevância dos influenciadores é baseada na interação e não somente na veiculação de conteúdo ao perfil, funcionando como uma espécie de boca a boca online.

O desafio para quem trabalha com *marketing* de influência é examinar e entender cuidadosamente as diferenças entre as plataformas e escolher aquelas que melhor se adaptam à natureza do produto e ao tema da campanha, considerando que os influenciadores podem usar experiências pessoais ao indicar como os produtos se encaixam em sua personalidade e estilo de vida. Isso contribui para a construção de um eu autêntico, mas ao mesmo tempo marcado (Hudders et al, 2021; Abidin, 2016). Destacamos também que dentro do nível de engajamento dos influenciadores, a popularidade é usada para aumentar as percepções de credibilidade sobre ser mais eficaz em influenciar as intenções de compra (Deveirman et al, 2017; Hill et al, 2017).

De Veirman et al. (2017) explicam que frequentemente o número de seguidores é usado para identificar pessoas influentes porque resulta em maior alcance da mensagem (comercial), de modo a alavancar o “boca a boca” em grande escala. Entretanto, os autores enfatizam que, mesmo sendo o ponto de partida na busca por influenciadores, o número de seguidores não deve ser o único critério para uma comunicação bem-sucedida. O que ocorre é que em vez de enviar seus anúncios (personalizados ou não) para o público em geral, as marcas voltam-se para pessoas online com grande número de seguidores para levar seus produtos e mensagens ao consumidor baseado em um alcance potencial de nicho. O desafio passa a ser, então, selecionar o influenciador mais eficiente e adequado, tendo também em consideração o tipo de produto e a forma que se pretende promover.

Na plataforma Instagram, o efeito da imagem chama a atenção do usuário para o produto e estimula o envolvimento do público, gerando engajamento, e isso transmite uma sensação de proximidade e relacionamento justificada pela função interativa/interpessoal da imagem (Valentini et al, 2018). Soma-se a isso, as descobertas de Lou e Yuan (2019) que sugerem o valor informativo do conteúdo do influenciador geralmente afeta positivamente a confiança de seus seguidores nas postagens e também nas intenções de compra de seus seguidores baseado na capacidade informativa⁴⁰ de entretenimento e de credibilidade do influenciador. O estudo mostrou que a

⁴⁰ Os usuários de mídia social vêem os influenciadores como provedores de informações de qualidade e cultivam sua confiança, ou compram considerações com base no conteúdo informativo do influenciador (LOU E YUAN, 2019)

confiabilidade, atratividade e a similaridade percebida entre os influenciadores e seus seguidores interferem positivamente na confiança das postagens relacionadas às marcas. Consequentemente, a confiabilidade e atratividade percebidas pelos influenciadores podem afetar a confiança de seus seguidores em seu conteúdo patrocinado, já que seguidores tendem a seguir os influenciadores com quem se identificam e, portanto, a semelhança percebida dos seguidores com os influenciadores afeta positivamente sua confiança nas postagens de marca geradas pelos influenciadores (Lou e Yuan, 2019).

Neste ponto, é necessário entender os influenciadores enquanto figuras com credibilidade construída por meio de sua autenticidade, transparência e consistência em suas interações com o público, e ligadas à confiabilidade, percebida através de suas experiências genuínas, conhecimento e habilidades em um determinado nicho, atratividade, tendo em vista sua capacidade de impactar o público a partir dos valores que ressoam com os seguidores, e expertise já que vistos como especialistas em seus respectivos domínios (Breves et al, 2019; Djafarova e Trofimenko, 2019; Schouten et al, 2020). Portanto, compreender os influenciadores nesses termos é essencial para entender seu impacto na sociedade contemporânea, considerando que essas características não são dadas e sim construídas socialmente.

No caso de comunidades de marca⁴¹, Dessart et al. (2015) explica que existem dimensões chaves para entender o engajamento entre determinada marca e sua comunidade de marca em plataformas sociais online e são: cognição, afeto e comportamentos. A *cognição* é um conjunto de estados mentais ativos e duradouros que um consumidor experimenta em relação ao objeto focal de seu envolvimento. É dividida em atenção⁴² e sustentada por um elemento de absorção.⁴³ O *afeto* captura o nível duradouro, ao invés de emoções pontuais, das emoções experimentadas pelo consumidor. Apresenta dois aspectos complementares: entusiasmo⁴⁴ e prazer.⁴⁵ Os *comportamentos* continuam sendo fortes indicadores de engajamento online, e geram

⁴¹ À medida que a interação do cliente com o conteúdo da marca ocorria nas plataformas de mídias sociais, as organizações foram investindo em comunidade de marca online. (Lee, 2014). São consumidores que desenvolvem relações afetivas com os produtos.

⁴² É a disponibilidade dedicada a interagir com a marca.

⁴³ Além da atenção, é o indicativo da incapacidade de desapegar ao interagir com a marca online.

⁴⁴ Reflete o nível de empolgação e interesse do consumidor online. A interação repetida com colegas, por meio de comentários, aciona e mantém o nível de entusiasmo dos usuários das plataformas de mídia social.

⁴⁵ O usuário sente prazer em fazer e ver comentários em suas próprias postagens, além de manter a conversa respondendo e lendo postagens divertidas e relevantes da marca

compartilhamentos⁴⁶, aprendizados⁴⁷ e endosso⁴⁸. Ao serem engajados, os consumidores exibem disposições que vão além dos comportamentos tradicionais de consumo atribuídos ao mercado, de acordo com a lógica da cocriação de valor (Vargo e Lusch, 2004). Para mensurar essa ligação, são consideradas métricas de engajamento, taxa de cliques, número de curtidas de conteúdo online, número de comentários, número de seguidores, duração da interação, marcação e compartilhamento de uma postagem e sua criação (Mccann e Barlow, 2015; Valentini et al, 2018; Virtanen et.al, 2017).

Os conceitos apresentados acima nos ajudam a pensar na complexidade, não apenas social, mas também material que envolve o mercado de trabalho das influenciadoras digitais negras brasileiras. A confiabilidade impacta nas percepções, atitudes e comportamentos de compra dos consumidores, e a questão é como construir essa confiabilidade em uma sociedade baseada no dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023). A credibilidade, outro fator apontado como relevante para ser um influenciador, é construída por meio da qualidade do argumento, a relevância da questão apresentada e o envolvimento das informações junto aos interesses do consumidor, mas é possível criar esse laço em relações em que o próprio corpo é visto socialmente por perspectivas externas, estereotipadas e baseadas em imagens de controle (Collins, 2019)?

A construção da credibilidade da fonte, segundo Djafarova e Trofimenko (2019), examinaram as relações da qualidade da confiabilidade com a auto-apresentação dos influenciadores⁴⁹ do Instagram e o comportamento do consumidor. Entretanto, como pensar em uma auto-apresentação em trocas sociais que foram fundadas na dupla consciência (Du Bois, 2021), onde há a necessidade de os negros navegarem em um mundo onde sua identidade é frequentemente definida e interpretada pelo ponto de vista dominante branco. Há o confronto da necessidade de equilibrar sua própria autoimagem e identidade cultural com as percepções e expectativas da sociedade branca ao seu redor.

⁴⁶ O ato de compartilhar é definido neste estudo como uma troca colaborativa e interativa, impulsionada pela motivação de fornecer recursos. Ambientes de mídia social geram contextos propícios ao desenvolvimento de comportamentos de partilha, uma vez que se baseiam na utilização, que é, em grande parte, impulsionada pelos conteúdos.

⁴⁷ Enfatizam o ato ativo e comprometido de buscar informações, e contrastam com a passividade do consumidor desengajado.

⁴⁸ Isso ocorre quando os consumidores recomendam ativamente marcas específicas, produtos/serviços, organizações e/ou formas de usar produtos ou marcas

⁴⁹ As autoras usam o termo 'Instafamous' em sentido semelhante ao de microcelebridade e influenciadores.

Em particular, o endosso, que é frequentemente estudado medindo a credibilidade da fonte (Taghipoorreynh e De Run, 2016), surge como uma extensão das escolhas de estilo de vida do influenciador e das práticas de consumo habituais, com a finalidade de alcançar a eficiência comunicativa e gerar engajamento (Silva et al, 2020; Mccann e Barlow, 2015; Valentini et al, 2018; Virtanen et al, 2017) de maneira que, quanto mais confiável é um endossante, melhor é a percepção dos consumidores em relação a um produto/serviço (Goldsmith et al, 2000). No entanto, a dupla consciência, ao representar essa dualidade na experiência de ser negro em uma sociedade onde a branquitude é considerada o padrão dominante, faz com que pessoas negras precisam constantemente negociar entre sua identidade pessoal e cultural e as pressões e estereótipos impostos a eles pela sociedade branca.

A esta pesquisa, interessa olhar para esses fatores como confiabilidade, atratividade e expertise (Breves et al, 2019; Djafarova e Trofimenko, 2019; Schouten et al, 2020), base da influência digital, considerando que que esses tipos de conexões, em um país com heranças coloniais, não acontecem da mesma forma entre pessoas negras e brancas. Neste ponto, é importante enfatizar os impactos e os constantes ajustes entre as marcas e os influenciadores, porque se os usuários perceberem uma incompatibilidade entre eles podem entender o influenciador e sua mensagem como menos credíveis (Breves et al, 2019). Portanto, a influência digital não é apenas uma questão de estratégia de *marketing*, mas também está profundamente enraizada em questões sociais e culturais, incluindo questões de raça. Entender essas complexidades é essencial para uma abordagem eficaz na construção dessas relações sociais.

Apesar das percepções iniciais da natureza democratizada dos processos de produção de mídia digital (Lévy, 1999; Shirky, 2011; Jenkins, 2015), às mídias sociais e as plataformas de compartilhamento de conteúdo, como Instagram, YouTube e X (antigo Twitter), ainda trazem desigualdades que se cruzam (O'neil,2020; Noble, 2022), incluindo aquelas relacionadas ao racismo e sexismo. Grier et al. (2019), ao observar de perto a mídia, o consumo e as atividades de mercado, a partir das dinâmicas raciais, traz que a raça é percebida de forma acrítica nas pesquisas acadêmicas de marketing, mesmo desempenhando um papel ideológico fundamental no funcionamento dos mercados de consumo em todo o mundo (Nopper, 2011; Henderson, 2016). Os autores partem da noção que marcas, produtos e serviços são a base dos mercados e apresentam significados culturais que devem ser compreendidos com fundamentos ideológicos.

Historicamente, a raça é uma chave para entender as hierarquias dos mercados globais (Bonsu, 2009), com raízes em práticas coloniais e imperialistas (Baptist, 2014), no entanto, de acordo com Grier et al, (2019), dentro do marketing, não só o de influência, é comum vincular as características fenotípicas e culturais ao comportamento do consumidor de maneira descontextualizada, investigando relatos despolitizados a-históricos para destacar oportunidades de negócios. A crítica de Grier et al. (2019)⁵⁰ refere-se à limitação, reprodução e normalização do racismo sistêmico e institucionalizado, gerando estudos e práticas que negligenciam o racismo baseado no mercado e em espaços de comércio. Soma-se a isso, os comportamentos e experiências dos consumidores brancos são usados como referência (Silverstein, 2005), a partir da qual as experiências de mercado de não-brancos são medidas e compreendidas, resultando em uma experiência privilegiada dos consumidores brancos.

Devis (2018), para explicar a relação entre racismo e marketing parte da ideia que na sociedade ocidental o racismo é fundamentado em um paradigma de superioridade masculina cristã, branca, presente em níveis institucionais e também na maioria das entidades empresariais, incluindo mídia e organizações de marketing. O autor aprofunda argumentando, ao considerar o marketing não apenas como uma ferramenta de comércio, mas responsável por transmitir, apoiar e disseminar normas e valores sociais, culturais, políticos, econômicos e psicológicos. É importante considerar que a utilização de estereótipos raciais em mensagens persuasivas pode ter impactos significativos na perpetuação de práticas racistas e no reforço de preconceitos e discriminações. Além disso, ao utilizar estereótipos que representam a norma dentro de um sistema social, há o risco de reforçar hierarquias de poder e reforçar a posição privilegiada de determinados grupos raciais em detrimento de outros, contribuindo para a manutenção de desigualdades e práticas racistas dentro da sociedade.

Podemos, então, pensar em uma relação entre racismo, marketing e hierarquias sociais que se manifestam no que diz respeito às representações de marketing de pessoas negras, grupos raciais e práticas discriminatórias no mercado (Burton, 2009; Cui, 2001; Behnken e Smithers, 2015; Wilson et al, 2003; Davis, 2018). Tratam-se de imagens que geralmente apresentam pessoas negras de maneiras estereotipadas,

⁵⁰ Para Grier (2019), a falta de uma abordagem crítica da raça em relação ao mercado dentro do campo de estudo do marketing ocorre porque: 1) o Estado é visto como o inimigo histórico e o mercado como um aliado potencial, 2) a raça é um assunto de risco dentro do mercado acadêmico e 3) o enquadramento epistemológico dominante de raça dentro da pesquisa de *marketing* e consumo, inclui uma preferência tradicional por uma abordagem baseada em classe para as desigualdades de mercado (GRIER et al. (2019).

negativas, como servis, subumanos, sujos, pobres, criminosos e incivilizados; em contraste, os brancos são visualmente associados a alto caráter, civilidade e posições de autoridade (Davis, 2018). Murji (2006) referiu-se a tais práticas como 'racismo de mercadoria', onde a 'verdade' da diferenciação racial pode ser literalmente vista e usada para atribuir status inferior a pessoas negras. O racismo de mercadoria promove e distribui a ideologia racista na sociedade, e as representações de marketing também serviram para desumanizar pessoas negras. Atualmente, embora as campanhas de marketing multiculturais e antiracistas tenham ganhado força, práticas contemporâneas continuam a promover um ideal de superioridade branca e sua hierarquia social relacionada (Davis, 2018).

É nesse contexto que as influenciadoras negras despontam para públicos específicos como produtoras de conteúdo e também de espaços de afetividades. Tratam-se de pessoas que estão produzindo conteúdos no Instagram, Youtube, Twitter, Podcasts, entre outras plataformas, seja como embaixadoras de produtos exclusivos para pele e cabelos negros, ativistas sociais, jornalistas, mães, estudantes, entre outras que têm a raça e o gênero como componentes significativos e basilares na construção dos seus perfis.

3.5 - Mulheres negras e as particularidades dos perfis-territórios

O caminho feito até aqui nos permite compreender que não tem como olhar para os perfis de influenciadoras negras pelas mesmas lentes do mercado de influência digital, porque essas lentes são construídas a partir das experiências e do protagonismo da branquitude. Inicialmente, constatamos que os afro-brasileiros carregam uma herança colonial e estabelecem relações sociais baseadas em um contrato racial (Mills, 2023) e dispositivos de racialidade (Carneiro, 2023). Soma-se a isso a experiência de as pessoas negras viverem com uma consciência dividida, na qual é constantemente ciente de si mesma, tanto como um indivíduo único quanto como parte de uma comunidade racializada, com valores e normas da sociedade dominante (Du Bois, 2021) e, também, do seu corpo ser lido socialmente de modo a colocar em xeque a humanidade e igualdade entre as pessoas de origem étnicas distintas. Em suma, é necessário um olhar mais sensível e crítico ao analisar a presença das influenciadoras negras no mercado de influência digital, levando em consideração suas experiências, lutas e desafios dentro de uma sociedade marcada pelo racismo estrutural.

No que diz respeito às influenciadoras digitais brasileiras, Karhawi (2017), ao estudar o processo de profissionalização das influenciadoras de moda no Brasil, deixa pistas de como grupos historicamente excluídos têm dificuldade de ingressar nesse campo profissional por ser permeado de questões econômicas e sociais. A autora apresenta etapas cíclicas, não cronológicas, de profissionalização das influenciadoras, que tem início nos blogs, para entender a forma que *ethos* profissional das influenciadoras foi moldado com uma combinação de fatores, incluindo área de atuação, percursos na carreira, motivações e estilo de produção de conteúdo. São quatro as etapas: vanguarda, legitimação, institucionalização e profissional.

A primeira, definida como *vanguarda*, traz as blogueiras brasileiras como responsáveis pela estruturação do campo que deu origem às influenciadoras. Nessa etapa, segundo a autora, as blogueiras tinham habilidades específicas e precisavam de características favoráveis como motivações⁵¹, circunstâncias⁵² e habilidades⁵³ para a blogagem. Para Karhawi (2021), diferente do que foi propagado pelo senso comum, para ser blogueira não bastava ter competências apenas ligadas a moda e a beleza e, sim, entender de programação, ter familiaridade com o digital no final da década de 1990 e início dos anos 2000, e dominar a língua inglesa.

No que se refere à etapa de *legitimação*, Karhawi (2021) explica que a primeira e principal legitimação é feita pelos leitores, mas não é a única. Há também a legitimação do mercado e de profissionais da área de moda como jornalistas especializados que mantêm essas relações baseadas na confiança e manutenção de reputação que, segundo a autora, estão alicerçadas em capital cultural gerado a partir do conhecimento sobre o assunto, textos informativos e facilidade em se comunicar. Nessa etapa é gerado o capital social, fundamental para a legitimação, a partir do relacionamento com os pares, reconhecimento da sociedade e especificidade do campo da blogosfera de moda. Há, aqui, o destaque para o processo de migração das blogueiras para plataformas como YouTube e Instagram, e com isso surge a possibilidade de haver blogueiras de moda sem blog, e com outras competências como saber utilizar programas de edição.

A etapa de *institucionalização* é considerada por Karhawi (2021) a mais importante no processo de profissionalização das blogueiras brasileiras. Há nesta fase

⁵¹ As motivações, segundo a autora, são pessoais voltadas para a paixão pela moda e social voltado para o compartilhamento de mercado.

⁵² Refere-se a disponibilidade de tempo e familiaridade com o digital.

⁵³ Refere-se aos conhecimentos de HTML, produção de texto e domínio da língua inglesa.

uma autoafirmação enquanto profissional e abre-se mão da pessoalidade, característica forte dos blogs, em prol do comercial. A publicidade é acionada em diferentes formatos e o termo *blogueira* passa a ter uma carga semântica negativa. A entrada efetiva das marcas no cotidiano das blogueiras, inclusive, com questionamentos referentes à legislação brasileira sobre publicidade, introduz a ideia de profissionalização e os leitores, o mercado e as próprias blogueiras passam a entregar um material e uma postura profissional.

Na última etapa, a *profissionalização*, a autora explica que inclui dedicação exclusiva, inicialmente, para os blogs e depois transportada para outras plataformas e mercados, devido à alta rentabilidade e à impossibilidade de tempo para conjugar o blog e atividades formais de trabalho. Karhawi (2021) destaca uma mudança nos conteúdos, antes relacionados a expertise das blogueiras e agora voltado para a exibição de si. A imagem da blogueira passa a ser tão significativa quanto o conteúdo produzido: “A etapa profissional não é apenas um ponto de chegada, mas um começo. Isso intensifica o fato de que a profissionalização permite a diversificação de atividades das blogueiras de moda, mesmo das que continuaram nessa atividade” (Karhawi, 2021, p 226).

Especificamente, quando a blogueira torna-se celebridade, a autora aponta para a necessidade de apoio da mídia tradicional para ampliar a visibilidade e também pelas críticas à prática de rentabilidade das blogueiras. O termo passa a ter uma conotação pejorativa, quando acionado no diminutivo (*blogueirinha*), mas ao mesmo tempo a atividade se consolida com a legitimação do mercado e dos profissionais da área. Aqui, já não faz mais sentido ligar a profissional aos blogs, e a atividade de blogueira passa a ser substituída pela presença e utilização, simultânea, de diversas plataformas. O conceito de influenciadora digital vem acompanhado com a proliferação de cursos técnicos como o oferecido pela Escola Britânica de Artes Criativa e Tecnologia (EBAC), voltados para a profissionalização da atividade. Karhawi (2017) entende que os influenciadores “são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede” (Karhawi, 2017, p. 48).

Mesmo abordando as etapas de profissionalização das blogueiras brasileiras de moda, Karhawi (2021) lembra que há uma variação temática que não contempla apenas o padrão de mulher jovem, alta, magra, e que atende aos anseios midiáticos. Existem blogueiras de moda *plus size*, negras, adolescentes, moda acessível, gótica, moda

masculina, entre outras, e esses nichos têm dificuldade e lentidão para alcançar públicos e visibilidades diferentes: “Uma blogueira de moda *plus size*, por exemplo, fica refém de um mercado de moda que ainda está se consolidando no Brasil. A lentidão da entrada de acordos comerciais no blog pode impactar na profissionalização, retardando a chegada dessa etapa” (Karhawi, 2020, p 228). A partir do entendimento que existem questões específicas que estabelecem velocidades diferentes na profissionalização de influenciadores digitais e que as particularidades de cada nicho são muitas, este trabalho olha para as etapas propostas pela autora com a intenção de entender como as mulheres negras chegam até a etapa de profissionalização.

Por mais que blogueiras negras amassem e entendessem de moda, elas não figuravam de forma efetiva entre as blogueiras de vanguarda que deram início às influenciadoras digitais nesse setor. Dentre as citadas na pesquisa, apenas uma era negra, a Carla Lemos, e todas as demais brancas: Thássia Neves, Lala Rudge, Vic Ceridono, Marina Shimith, Camila Coutinho, Camila Coelho, Lu Ferreira, Lalá Noletto, Cris Guerra, Lia Camargo, Bruna Tavares e Julia Petit, demonstrando que as características favoráveis para a profissionalização não abarcaram as mulheres negras. Isso pode ser visto, por exemplo, no domínio da língua inglesa e de programação, que é privilégio de quem teve acesso a esses conhecimentos desde cedo. A disponibilidade de tempo também é um fator ligado ao privilégio de pessoas que podem escolher trabalhar ou blogar, e essa não é uma opção para a maior parte da população negra brasileira.

A necessidade de conhecimentos e habilidades específicas criou uma barreira de entrada para aqueles que não tinham acesso ou recursos necessários para adquiri-las. Consequentemente, essa dinâmica contribuiu para a formação de uma espécie de elite digital, onde aqueles com habilidades e recursos adequados tinham maior visibilidade e influência. As etapas seguintes do processo de profissionalização das influenciadoras (legitimação, institucionalização e profissional) também seguem a mesma linha. Na etapa de legitimação, em que houve o reconhecimento do público e da mídia especializada ao trabalho das blogueiras, pertencer a um padrão, predominantemente branco, era o que dava legitimidade a essa troca porque exigia a construção de um vínculo baseado no capital social. Entretanto, como estabelecer essa ligação quando as relações sociais são baseadas no contrato racial (Mills, 2023) e dispositivos de racialidade (Carneiro, 2023).

Na etapa de institucionalização, os aspectos econômicos passam a ser explícitos não como limitador ou facilitador para quem deseja ser influenciadora, mas como

possibilidade de geração de valor da atividade. Nessa etapa é possível pensar em um retorno financeiro, porque o mercado e as autoridades que legitimam a área, como jornalistas especializados, começam a utilizar a expertise, que antes era considerada amadora e opinativa, como profissional. Entretanto, há uma necessidade de autoafirmação enquanto profissional e nesse ponto, as mulheres negras têm dificuldade de reconhecer a si mesmas tanto pela dupla consciência (Du Bois, 2021), quanto pela complexidade da compreensão do próprio corpo em uma sociedade dominada pela cultura branca. Fanon (2021) argumenta que a negação desempenha um papel significativo na maneira como as pessoas negras percebem e compreendem seus corpos. Isso significa que as pessoas negras muitas vezes não têm controle sobre a forma como percebem seus próprios corpos, pois são influenciadas pelas normas e estereótipos impostos pelo mundo branco, experimentando uma desconexão ou falta de confiança devido à pressão e discriminação sistêmica que enfrentam na sociedade branca. Assim, Fanon (2021) argumenta que a negação, em vez da afirmação, molda a compreensão e consciência do próprio corpo e envolve a internalização de ideias e normas prejudiciais e limitantes para a autoimagem e identidade de pessoas negras.

Por fim, a etapa profissional, proposta pela autora, é marcada pela exposição e venda de si mesma, o que inclui dedicação exclusiva. Entretanto, a profissionalização de influenciadoras negras é dificultada pelos aspectos históricos, sociais e culturais que as envolvem e mesmo que elas pertençam a esse mercado, ainda sim permanecem à margem. De acordo com a pesquisa realizada pelas empresas Black Influence, Site Mundo Negro, YOUPIX, Squid e Sharp⁵⁴ e já citada nesta tese, ao analisar o mercado de influência digital brasileiro, têm como conclusões iniciais que: a) não há o tratamento igualitário entre os criadores de conteúdos brancos e negros e indígenas; b) as criadoras de conteúdo negras recebem cachês menores, mesmo possuindo base semelhante de engajamento com criadoras de conteúdo brancas, além de c) as criadoras de conteúdo negras são menos contratadas por marcas para ações publicitárias.

Como é possível observar até aqui, a economia, experiências sociais e o recorte racial perpassam todas as etapas construídas pela Karhawi (2020), mesmo que de forma implícita, do processo de profissionalização das influenciadoras brasileiras. Posto isso, para entender as particularidades desses perfis nos atentarmos para as singularidades em torno das experiências de mulheres negras. Faremos isso, entendendo os perfis das

⁵⁴ Disponível em: https://tag.youpix.com.br/2020_black_influence_br Acessado em: 25.08.2023

influenciadoras negras como perfis- territórios, inspirados na ideia de "corpo-território", que reconhece a relação intrínseca entre o corpo individual e o espaço físico e social que ele ocupa (Gago, 2020), para entender como essas mulheres em diáspora tornam-se marcas pessoais.

A ideia de corpo-território (Gago, 2020) sugere uma interconexão entre o corpo individual e o território coletivo. Essa concepção fundamenta-se na compreensão de que o corpo não é apenas uma entidade física individual, mas também um espaço de existência, luta e resistência e um campo de batalha onde se travam diversas lutas políticas, sociais e culturais, não se restringindo apenas ao nível individual, mas também se estendendo aos territórios físicos e simbólicos que são contestados e reivindicados por diferentes grupos sociais. Verônica Gago (2020) expande a compreensão do mundo, reconhecendo a interconexão entre os corpos individuais e os espaços que habitamos para perceber as dinâmicas de poder e conflito em nossas vidas e afasta-se da ideia de propriedade individual sobre o corpo. Em vez disso, o corpo é concebido como um espaço que tem implicações políticas significativas, especialmente para mulheres e para as diversas corporalidades que se organizam em luta: “corpo-território supõe a ideia de que as mulheres e as corporalidades organizadas em luta entendem o corpo como um território extenso, ou seja, não é palco exclusivo da individualidade, mas como matéria ampliada” (Gago, 2020, p. 109).

Olha-se para as relações estabelecidas pelas mulheres negras, especialmente no contexto digital e das mídias sociais, e argumenta-se que os *perfis-territórios* também estão sujeitos a disputas de poder, vigilância e controle, mas também servem de espaços de existência e resistência, refletindo as hierarquias sociais e espaciais estabelecidas pelo racismo e sexismo. Isso nos permite inferir que os marcadores sociais imprimem limites à mobilidade espacial dos corpos, determinando a forma como os corpos são percebidos e tratados em diferentes espaços sociais. Inclusive, talvez a mobilidade seja o aspecto mais inteligível para associar corpos a espaços simbólicos: há lugares onde os atributos do nosso corpo nos mobilizam; há lugares onde os atributos do nosso corpo nos imobilizam. Isso faz com que, segundo Quijano (2010), os corpos tenham um nível decisivo nas relações de poder e, conseqüentemente, são também uma arena de luta política moldadas por fatores sociais, culturais e simbólicos.

Neste ponto, entendemos que a autodefinição (Collins, 2019) de mulheres negras em ação, viva, capaz é capaz de produzir espaços de existências, diálogo e/ou conflitos e resistências, considerando que tais espaços também são atravessados pelo

neoliberalismo, pelo peso histórico e pelas dinâmicas dos mercados de *marketing* e plataformas. Olharmos para os marcadores sociais em torno das mulheres negras vai permitir perceber quais são as estratégias, em última análise de sobrevivência, utilizadas por mulheres negras não só para manter-se nesses espaços online, mas também transformá-las em lugares de resistência capazes de produzir desvios sociais. Sabe-se, conforme foi mostrado ao longo desta tese, que junto com os sistemas de opressão sempre houve a resistência negra, mesmo invisibilizada.

São corpos que estão em diáspora (Gilroy, 2010), em que há o rompimento com a lógica tradicional de pertencimento, desafiando a ideia de uma identidade enraizada e estática. Essa perspectiva abre espaço para a formação de identidades fluidas e dinâmicas, forjadas por meio de redes transnacionais de comunicação e interação cultural. Esse é um movimento visto como reconfiguração que redefine a mecânica cultural e histórica do pertencimento, rompendo com a sequência explicativa tradicional entre lugar, posição e consciência, desafiando a noção de que o território determina a identidade. Para o autor, a visão essencialista é substituída por uma perspectiva que reconhece a identidade como algo dinâmico e em constante construção, moldado por interações e trocas em diferentes contextos.

Os negros em diáspora estão interligados em uma rede de comunicação transnacional que ultrapassa as fronteiras do Estado-nação e redefine as formas de ligação e identificação no tempo e no espaço. Para Gilroy (2010), esse circuito permite que populações dispersas conversem, interajam e realizem trocas culturais, construindo pontes entre diferentes comunidades. A diáspora afro-atlântica demonstra a capacidade de criar formas de expressão a partir da interconexão cultural e reconhece a multiplicidade e a fluidez da cultura negra, centrada nas trocas entre diferentes comunidades afrodescendentes. “Formas geopolíticas e geoculturais de vida que são resultantes da interação entre sistemas comunicativos e contextos que elas não só incorporam, mas também modificam e transcendem” (Gilroy, 2010, p.25).

Tal perspectiva vai ao encontro dos pensamentos de Abdias Nascimento (2019), que propôs uma abordagem ampla e dinâmica do quilombismo, indo além da noção tradicional de quilombo como uma comunidade isolada na floresta. Para o autor, o quilombismo representa não apenas a resistência física contra a escravidão, mas também uma resistência cultural e social mais ampla. Ele argumenta que o quilombismo pode se manifestar em diversas formas associativas, que podem incluir desde comunidades quilombolas isoladas, até redes de organizações e instituições urbanas. Tais formas

associativas têm em comum o objetivo de libertar os negros dos padrões dominantes impostos pela sociedade branca.

Abdias Nascimento (2019) destaca que o quilombismo não se limita a uma única manifestação ou prática, mas, sim, a um complexo de significações e práticas afro-brasileiras que buscam a libertação e a valorização das pessoas negras. Isso inclui desde organizações políticas e sociais até expressões culturais como escolas de samba, terreiros de candomblé, afoxés e outras manifestações culturais. Portanto, os pensamentos de Abdias Nascimento (2019) vão ao encontro da valorização da consciência negra e das formas de resistência física, cultural e social dos afrodescendentes, reconhecendo a diversidade de manifestações e práticas que compõem essa luta pela libertação e pela afirmação negra no Brasil. O autor enfatiza também que o quilombismo está em constante reatualização e atendendo a tempo histórico:

Mas também acontece de várias vezes o negro se apropriar dos mecanismos que a sociedade dominante concedeu ao seu protagonismo com a maliciosa intenção de controlá-lo. Nessa reversão de alvo, o negro se utiliza dos propósitos não confessados de domesticação qual bumerangue ofensivo” (Nascimento, 2019, p. 283)

É nessa perspectiva histórico-social, considerando as particularidades epistemológicas e metodológicas do campo da Comunicação, que é plural e cruzam disciplinas (Antropologia, Sociologia, Filosofia, entre outras) e métodos de outras áreas do saber (Martino, 2018), que esta tese entende os **perfis-territórios** como possibilidades de extensões das vivências de mulheres negras em toda a sua complexidade de ser um corpo político no mundo e de encontrar espaços e brechas, mesmo em espaços predominantemente brancos, de existência. O capítulo seguinte é destinado a entender as particularidades da construção desses perfis-terrários, a partir das análises dos perfis das influenciadoras negras Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri (@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas).

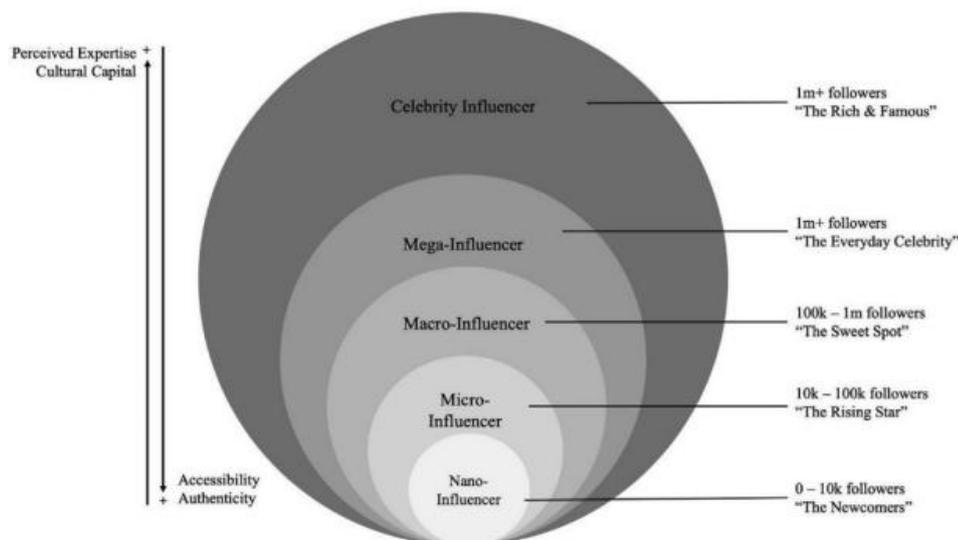
4 – O PERFIL-TERRITÓRIO DAS INFLUENCIADORAS NEGRAS

O capítulo está estruturado em cinco seções, nas quais serão delineadas as constelações que culminarão no que compreendemos como perfis-territórios. Primeiramente, vamos introduzir as constelações, inspiradas em Benjamin, como abordagem metodológica. Vamos expor como as coleções de imagens que dão vida às constelações "Mulheres negras, autodefinição e construção de si" e "Mulheres negras: margem e centro" foram desenvolvidas. É importante ressaltar que os conceitos orientadores de cada constelação surgiram a partir de uma análise preliminar dos perfis, conduzida de maneira intuitiva, conforme propõe a metodologia. Posteriormente, como essa metodologia é comparativa, as imagens de cada coleção de perfis serão apresentadas simultaneamente, permitindo uma análise das interseções em torno de pontos transversais que se entrelaçam, formando redes. Essas redes serão representadas graficamente, o que possibilitará a emergência das relações que estão subjacentes na construção dos perfis de influenciadoras negras enquanto perfis-territórios.

4.1 A constelação como caminho metodológico

De acordo com Campbell e Farrell (2020) um dos elementos mais interessante e dinâmico do *marketing* de influência é a ampla gama de características dos influenciadores disponíveis. São profissionais que diferem significativamente em *branding* e foco, base de seguidores, taxas de engajamento, requisitos monetários para colaboração e conjuntos de habilidades que compõem o pacote que o influenciador é capaz de oferecer a uma marca. Dadas estas diferenças, os autores classificam os influenciadores em categorias distintas: celebridades, mega influenciadores, macro influenciadores, micro influenciadores e nano influenciadores, conforme figura 8:

Figura 8- Classificação dos seguidores



Fonte: Campbell e Farrell (2020)

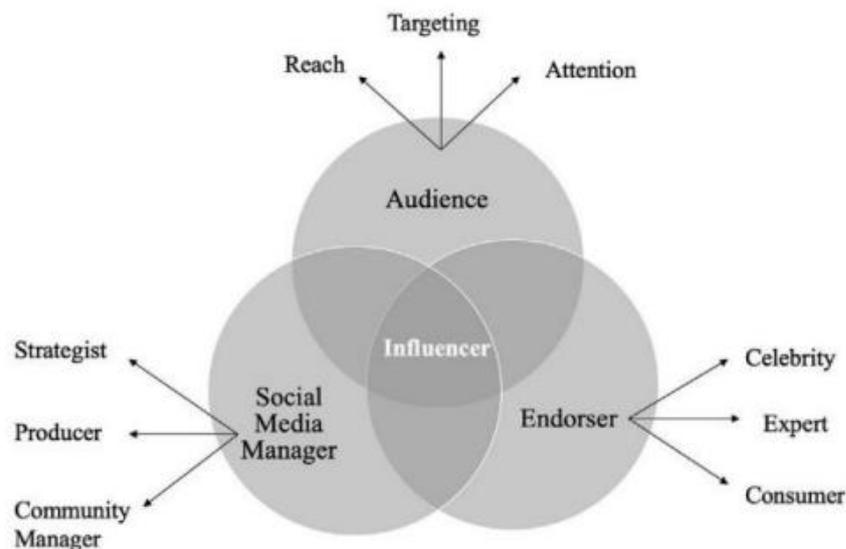
Ao propor essa categorização, Campbell e Farrell (2020) consideraram não apenas o número de seguidores, mas também a percepção que os seguidores têm de cada tipo de influenciador. As celebridades, com mais de 1 milhão de seguidores, são vistas como aquelas com maior experiência e capital cultural. Geralmente, são personalidades já famosas e reconhecidas pelo público, ou seja, indivíduos conhecidos além das mídias sociais. Sua presença online está ligada ao apoio de suas próprias carreiras ou a parcerias com grandes marcas. Os mega influenciadores também têm mais de 1 milhão de seguidores, no entanto, ao contrário das celebridades, costumam ser desconhecidos fora de seus grupos de seguidores; eles alcançaram um crescimento significativo na internet a partir de experiências, o que os tornou conhecidos nas redes.

Os macroinfluenciadores, por sua vez, têm entre 100 mil e 1 milhão de seguidores, apresentam alto engajamento e taxas de crescimento elevadas e são referências em seus nichos de atuação, influenciando o estilo de vida de seus seguidores. Esses influenciadores são dominantes em seus domínios temáticos (por exemplo, viagens, comida, música), e seu público muitas vezes deseja ser como eles. Quanto aos microinfluenciadores, possuem entre 10 mil e 100 mil seguidores, e seu público é predominantemente local e estabelecem parcerias com diversos tipos de empresas, se conectando aos seguidores principalmente por meio de stories, o que aumenta a percepção de sua acessibilidade e autenticidade. Finalmente, os nano influenciadores são indivíduos que optaram por se tornar influenciadores ou que ocasionalmente adquiriram essa posição e eles têm até 10 mil seguidores e registram

altas taxas de engajamento devido à sua acessibilidade e originalidade. Aqui, aponta-se para uma perspectiva mais lucrativa para parceiros de marca, uma vez que os nano influenciadores estão frequentemente mais abertos a parcerias não remuneradas e amostras gratuitas de produtos em troca de oportunidades de networking e maior exposição nas redes sociais. Os nano influenciadores também tendem a ser os influenciadores mais proativos, na medida em que abordam as marcas para perguntar sobre parcerias, em vez de serem eles próprios abordados.

Como dito anteriormente, o número de seguidores é relevante por causa do alcance da rede e do tipo de troca comercial entre os influenciadores e as marcas, entretanto, independente disso, Campbell e Farrell (2020) apresentam funções comuns a todos eles: acesso a um público potencialmente engajado; uma persona de endossante estabelecida e habilidades em gerenciamento de mídias sociais, conforme figura 9.

Figura 9- Funções dos influenciadores



Fonte: Campbell e Farrell (2020)

Os autores explicam que, no que se refere à audiência, um dos componentes mais importantes de um influenciador é o seu público. O público compreende os consumidores que optaram por visualizar o conteúdo, oferecendo alcance orgânico, segmentação específica e maior atenção às postagens, geralmente, menos intrusivas que os anúncios convencionais criados pelas marcas. Já como endossantes, os

influenciadores atuam como um grupo de referência para os consumidores sobre os quais podem exercer persuasões aspiracional, no caso das celebridades; informativa, quando são lidos como especialistas; ou motivada pelo apego e vínculo com seus seguidores, criando percepções de autenticidade e, em alguns casos um senso de comunidade. A última função é a atuação como gerentes de mídia social atuando como produtores de conteúdo; estrategistas, ao combinarem o conhecimento do seu público e as necessidades dos clientes da sua marca; e gerentes de comunidades, amplificando o seu alcance orgânico. Destaca-se que os influenciadores não são meros portadores da mensagem da marca; eles recebem espaço criativo para desenvolver e distribuir anúncios em suas próprias plataformas de mídia social. Isso, em alguma medida, confere a eles poder de serem co-autores e, por vezes, assumirem responsabilidades legais pela mensagem publicitária.

Nesse cenário, a autoria é compartilhada entre os influenciadores e as agências envolvidas. Abordar categorias e funções dos influenciadores (Campbell e Farrell, 2020) nos traz subsídios da dimensão e percepção da variedade de trocas possíveis geradas pela economia da influência (Santos, 2022), considerando que em um contexto digital somos produtores e consumidores de conteúdo. Soma-se a isso a necessidade de refletir também sobre a diversidade de nichos que essas profissionais atuam como moda, cosméticos, viagens, responsabilidade social, ativismo, entre outros (Enke e Borchers, 2019; Schouten et al 2020), e com recortes como idade, classe social, gênero, sexualidade, raça etc., de modo que são necessárias métricas distintas para detectar a heterogeneidade dos influenciadores (Agostino et al, 2019).

Diante deste universo, cujo volume de dados e informações são em larga escala, e com o intuito de dar conta do problema de pesquisa proposto por esta tese, decidimos usar como metodologia a constelação, inspirada em Walter Benjamin (2020), para discutir um campo carente de sistematização, que é a influência digital vista de uma perspectiva racializada, relacional e interseccional. Na Comunicação, a constelação foi proposta por Mariana Souto (2016; 2020) e trata-se de uma análise comparativa aplicada ao cinema que segue noções que rompem o tempo contemporâneo e traz o entendimento não-linear da história, em que se desvincula da ideia de continuidade. A constelação, portanto, propõe uma apresentação fragmentada dos acontecimentos (Souto, 2020; Brito et al, 2021; Braga, 2018; Silva et al 2016; Santos, 2017; Otte e Volpe, 2000), possibilitando historicizar um fato ou objeto do presente à luz de seus diálogos com possíveis antepassados.

A abordagem de Mariana Souto (2016) se concentra na análise dos elementos simbólicos, narrativos e estilísticos presentes nos filmes, utilizando uma lente comparativa para destacar semelhanças e diferenças entre os objetos apresentados. É uma proposta que pode ser adaptada para esta tese, pois tem como característica uma abertura para a sensibilidade dos pesquisadores e a possibilidade de olhar para as influenciadoras negras de forma fluida, mutável e não estanque. Ao definir e estruturar as constelações benjaminianas, Souto (2020), inicialmente, explica que o termo ‘constelação’ (em alemão *Konstellation*) está disseminado em toda a obra do autor,⁵⁵ e lembra que, em português, há uma dificuldade extra de tradução, porque a palavra aparece também traduzida como “configuração”. É importante deixar explícito esses obstáculos linguísticos em torno da metodologia, porque a linguagem é entendida por Benjamin como uma das dimensões constitutivas de seu exercício de pensamento.

O termo "constelação" foi usado por Benjamin (2020) para descrever a relação entre os elementos de um conjunto, as estrelas, e as linhas imaginárias que conectam essas estrelas para formar um agrupamento constelar. Essa relação não é apenas definida pela proximidade das estrelas, mas também pela possibilidade de significado que o conjunto adquire e pelo sentido que pode ser atribuído a ele. Na imagem de uma constelação, cada estrela, como um singular, marca um extremo de uma linha que a conecta a outra estrela, também de forma singular. Nesse traçado de linhas imaginárias que delimita uma forma, uma configuração, não há um centro – portanto, no centro da constelação, sempre há o vazio (Braga, 2018; Velloso, 2018; Souto, 2020; Otte e Volpe, 2000). Souto (2016, p.23) explica:

Constelado um conjunto de filmes, mais pertinente seria relacioná-los entre si e desenvolver cotejos, colocando-os em movimento. Neste exercício, é possível perceber que certas questões são compartilhadas por alguns deles, formando subgrupos que se redesenham conforme se escolhe este ou aquele critério. Ainda que haja um paradigma que sustente a coleção, muita variação interna pode ser encontrada entre seus elementos [...] Desse modo, colocamos em prática uma perspectiva de investigação que se permita ser guiada pela força da empiria e que tenha como princípio a observação e a escuta atentas dos objetos. São os filmes – e a coleção que constituem – que despertam inquietações, engendram perguntas e provocam caminhos.

Dito em outras palavras, é importante reconhecer que a comparação não ocorre em um vácuo; ela está enraizada em contextos históricos, sociais e políticos específicos. Para Souto (2016, 2020), a metodologia comparativa traz sensibilidade e consciência

⁵⁵ Segundo a autora, o termo constelação está presente, especialmente em “Origem do drama barroco alemão (1984)” e nas teses “Sobre o conceito da História (1996)”. Entretanto, as noções de constelação aparecem de maneira breve e ligada a outras ideias.

crítica, podendo promover tanto o entendimento intercultural, quanto a perpetuação de desequilíbrios de poder. Isso requer uma reflexão cuidadosa sobre as motivações por trás das comparações realizadas, e uma consideração das implicações políticas e éticas dessa escolha metodológica.

Neste trabalho isso é feito a partir das particularidades existentes nas formas como as influenciadoras negras ocupam o mercado predominantemente branco do *marketing* de influência, considerando que as dinâmicas sociais e econômicas apresentam componentes que requerem pensarmos de forma holística. Os movimentos de análise que configuram cada postagem são específicos, mas amparados por um conjunto de questões que se apresentam como guia de reflexões maiores: as relações étnico-raciais. Ao trabalhar mais de perto com os perfis selecionados, a partir desse pensamento relacional, as postagens se transformam em constelações, dentro da proposta de Souto: “Assim, a comparação almeja colocar um objeto em relação, seja ele um romance, um conto, um soneto ou um filme. Para nosso objeto relacional, faz sentido uma metodologia relacional” (Souto, 2016, p. 26)

Na concepção inspirada em Benjamin, há uma necessidade de uma ruptura que revela momentos escondidos, momentos decisivos que foram obscurecidos ao longo do tempo. São movimentos de interrupção que libertam o curso das coisas e, ao recuperar uma tradição, Benjamin (2020) a encontra oculta, oprimida e constantemente ameaçada. É assim que o filósofo defende a visibilidade das revoltas descontínuas, rapidamente reprimidas e esquecidas, difíceis de descobrir, mas essenciais para o futuro, que busca revelar algo que está oculto, algo que ele considera crucial, com uma forte necessidade de trazer à luz momentos que foram mantidos na sombra. Interessa-nos esse movimento, ao observarmos imagens dos perfis de influenciadoras negras, porque olha-se para as diferentes possibilidades de entendê-las como sujeitos inseridos em um ambiente predominantemente branco, considerando as camadas de opressões e desvios, sejam essas camadas próximas ou separadas por séculos. A constelação “é como um intervalo para um trabalho de restauração em que se coletam vestígios, fragmentos de um elo perdido” (Souto, 2020, p.155).

Como dissemos antes, na constelação, afasta-se da ideia de linearidade dos fatos do passado e presente e criam-se pontos que, juntos, tornam-se constelações interligadas entre os tempos, e que não são somente da ordem da causalidade, da filiação ou do progresso (Löwy, 2005). Para além disso, esse movimento possibilita a montagem de um mosaico que desvela, de forma crítica, a naturalização de olhares hegemônicos e ao

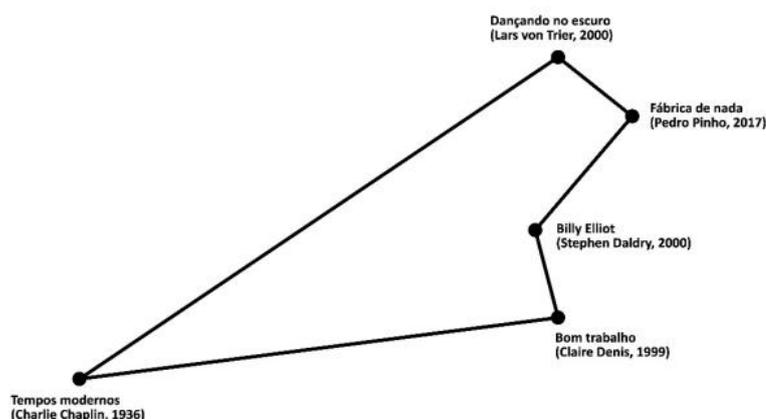
mesmo tempo traz a oportunidade de criação da memória de lutas menores. Deste modo, a dinâmica metodológica das constelações proposta por Souto (2016; 2020) exige perspicácia “ao ver os objetos como interagentes entre si, tecendo relações de afinidade, estranhamento, amizade, semelhança e diferença – ora estimulados pelos pesquisadores, ora de maneira independente de suas ações”. (Souto, 2020, p. 154).

Durante o percurso de análise, é preciso interromper o fluxo do tempo, estabelecer relações e, como em um trabalho de restauração, reunir “pedaços” de elos perdidos. Tal releitura é capaz de produzir chaves específicas, caracterizadas por um grau significativo de transparência, em que os diferentes caminhos percorridos, por meio dos tempos, tornam-se agrupamentos feitos após longas observações:

A constelação é a cristalização de um trajeto de pensamento e carrega em si um trabalho. Não é só conteúdo, mas modo de ordenação e exposição – o que certamente também envolve reflexão. Quando pronta, traz as marcas de um percurso. A constelação não é exatamente uma coisa, mas uma proposta de relação (Souto, 2020, p. 160).

Como exemplo de diagramação de uma constelação feita pela autora, temos a imagem abaixo (Fig. 10):

Figura 10- Constelações de musicais



Fonte: Souto, 2020, p. 161

No nosso caso, propomos imagens constelacionais a partir das publicações nos perfis das influenciadoras negras, as quais estabelecem conexões entre si, com base em um número de particularidades das diversas características presentes nas relações estabelecidas por mulheres negras. Em outras palavras, Silva et al (2016) argumenta que há a necessidade de compreender que conceitos se ligam a outros conceitos na busca de

um ponto de chegada. Nesse sentido, por exemplo, uma publicação no perfil feita em 2015 pode ser colocada junto a outra de 2023, para que ambas criem interconexões que revelem o aspecto incomum de opressões e desvios vividos por mulheres negras.

Metodologicamente, a constelação é utilizada para chegar a conclusões que trazem uma historicidade interna e própria, reveladas a partir de conexões e afinidades interiores, encontradas no objeto. Trata-se de abrir a história para modelos de temporalidades não-lineares e anacrônicos (Santos, 2017b). Conforme Souto (2020, p. 156): “Constelar é uma forma de produzir chaves de leitura, de produzir um sentido a partir de sua visão em uma teia de relações. O objeto se abre quando ganhamos consciência da constelação na qual se encontra”. Nessa perspectiva, as repetições são vistas como recomeços constantes já que incluem camadas de significações.

Outro ponto importante considerado na constelação, ao tratar a dimensão temporal de forma não-linear, é perceber os “vestígios”, os “escombros”, ou as “ruínas”⁵⁶ deixados para trás não como algo inexistente, neutro ou negativo, mas como canais de acesso a um mundo anteriormente intato. Otte e Volpe (2000) enfatizam que, segundo Benjamin (2020), é olhando para esses fragmentos esquecidos que se abre a possibilidade de ser empreendido o caminho inverso, visto que esse movimento permite o acesso ao que foi esquecido ou não foi visto no passado. Afasta-se, assim, do entendimento unidimensional e irreversível da história.

As constelações benjaminianas abordam a totalidade não como uma sucessão de fatos ascendentes e sobrepostos, mas como várias dimensões entrelaçadas em que apresentam caráter estético e trazem o relacionamento múltiplo entre seus elementos. Com relação ao presente, Benjamin o entende como o momento da imobilização da história, do choque que interrompe seu fluxo contínuo, como explicam Otte e Volpe:

O presente como momento-chave em que seria possível romper a linearidade do fluxo contínuo e recuperar o passado detectando afinidades entre o presente e esse passado distante. Sem dúvida, suas preocupações são voltadas para o passado, mas não para algum estado paradisíaco que serviria de parâmetro inalcançável para as épocas posteriores. Trata-se de mostrar que o passado não passou, ou melhor: não se perdeu e que ele está à espera de sua redenção. O primeiro passo nesse sentido é acabar com o continuísmo – em sua acepção específica benjaminiana –, de modo que a valorização do presente ganha uma dimensão política (Otte e Volpe, 2000, p.42)

Dito em outras palavras, a possibilidade de romper a linearidade do tempo e recuperar o passado no presente, não como uma busca por um estado idealizado do

⁵⁶ Termos utilizados por Benjamin (1983).

passado, mas sim como uma forma de resgatar e redimir elementos do passado que ainda estão presentes e relevantes. Ao destacar a importância do presente e sua dimensão política, os autores sugerem que para Benjamin valorizar o presente não significa apenas aceitar a continuidade histórica, mas sim reconhecer que o presente pode ser um momento de transformação e resgate do passado, de modo a buscar elementos que foram perdidos ou marginalizados ao longo da história. Isso implica em uma visão política que busca ativamente redesenhar o significado e o valor do passado, trazendo-o para o contexto atual de uma forma que seja relevante e significativa para as aspirações contemporâneas.

Löwy (2005) explica que a filosofia da História de Benjamin apoia-se em três fontes diversas: o romantismo alemão, o messianismo judaico e o marxismo. Benjamin rejeita a ideia de que a revolução é um desdobramento natural e inevitável do progresso econômico e tecnológico, ou como uma consequência das contradições nas relações de produção, que são pontos-chave na teoria marxista clássica, e propõe uma abordagem em que a revolução não é apenas um evento histórico inevitável, mas sim algo que requer intervenção ativa e consciente por parte das pessoas. Sua interpretação enfatiza elementos como a importância da ação política, da consciência coletiva e da agência humana na transformação social.

Há uma crítica ao determinismo histórico do marxismo tradicional, sugerindo que as mudanças sociais não são simplesmente determinadas por forças econômicas ou tecnológicas, mas também são moldadas por escolhas e ações humanas. Löwy (2005) destaca que o conceito de interrupção da evolução histórica de Benjamin leva à catástrofe, ao retomar o conceito grego de “virar” (*trephein*) para “baixo” (*kata*), fazer ficar de ponta cabeça, *le bouleversement*. É nesse período que Benjamin dissocia-se, cada vez mais, das “ilusões do progresso” e volta-se para a importância de compreender, “do ponto de vista dos vencidos”, não só a História das classes oprimidas, mas também de mulheres, judeus, ciganos, indígenas e negros como sujeitos da *práxis* transformadora. Há um papel reservado à reivindicação das vítimas da História, já que para Benjamin o progresso, visto de forma “automática”, levaria à reprodução da dominação e à manutenção do *status quo*.

A escolha de olhar as influenciadoras negras com uma metodologia inspirada nos escritos de Benjamin, filósofo e sociólogo alemão e judeu, é justificada e corrobora com o que Gilroy (2012) aponta no livro *Atlântico Negro*:

Na preparação deste livro, recorri reiteradamente à obra de pensadores judeus, a fim de encontrar inspiração e recursos com os quais mapear as experiências ambivalentes dos negros dentro e fora da modernidade. Desejo reconhecer abertamente essas dívidas na esperança de que, em algum sentido modesto, o laço que revelam possa contribuir para uma melhor relação política entre os judeus e os negros em algum ponto distante no futuro. A muitos autores têm ocorrido algumas das correspondências entre as histórias desses grupos, mas os pensadores de ambas as comunidades nem sempre estão dispostos a admiti-las, para não falar em explorar possíveis conexões de modo declarado. (...) Entretanto, observar a longevidade das conversas abertas e encobertas entre pensadores negros e judeus e enfocar, onde for possível, seu impacto nos intelectuais do mundo atlântico negro continua a ser um projeto válido embora difícil. (Gilroy, 2012, p. 383)

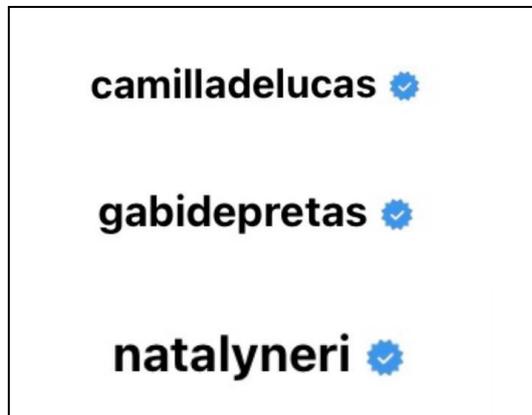
O autor lembra ainda que muitas vezes se ignora que o termo "diáspora" entra nos estudos sobre os negros a partir da tradição judaica. Os temas de fuga e sofrimento, tradição e temporalidade, bem como a organização social da memória, têm sido explorados por gerações de historiadores culturais e religiosos, críticos literários e filósofos judeus que investigam a relação entre modernidade e antisemitismo, além dos papéis do racionalismo e do irracionalismo no desenvolvimento do pensamento racista europeu. Para Gilroy (2012), os mesmos temas estão associados às ideias de dispersão, exílio e escravidão, e também ajudam a estruturar o problema da mudança simultaneamente intra e intercultural que tem envolvido os pensadores judeus na Europa desde o século XVIII.

4.2 Construindo as coleções de imagens dos três perfis

Vamos neste tópico construir as coleções de imagens que darão vida às constelações, considerando que essa é uma metodologia comparativa e que as interseções em torno de um ponto transversal conversam entre si formando redes. Relembramos que até aqui foi feito um caminho semelhante a Souto (2016), em que o inventário inicial, com o acompanhamento de matérias sobre os influenciadores brasileiros e a ausência do nome de pessoas negras, nos obrigou a realizar uma busca ativa no Google, com palavras-chaves referentes às relações étnico-raciais para daí termos nomes de mais de 90 influenciadoras negras. A escolha em utilizar o critério que contemplou os perfis mais lembrados nas matérias jornalísticas tem a ver com as dinâmicas das plataformas em que visibilidade, popularidade, confiança, proximidade, credibilidade, vínculo, presença online, consistência, alcance, reputação, relevância e autoridade são chaves importante, chaves no entendimento dessas trocas (Recuero,

2009; Pissara, 2023; Karhawi, 2021; Primo et al, 2021). Soma-se a isso, os três perfis apresentarem o selo de verificação, conforme vemos na figura 11.

Figura 11- Perfis com o selo de verificação



Fonte: Instagram

Em resumo, de acordo com informações disponíveis no próprio Instagram⁵⁷, a verificação é uma maneira de garantir que as contas de destaque que as pessoas seguem ou pesquisam sejam autênticas e relevantes. Isso é feito por meio da verificação de múltiplas fontes de notícias, excluindo conteúdo pago ou promocional como fonte de notícias. Recentemente, houve uma expansão da lista de fontes de notícias para incluir mídias associadas a comunidades LGBTQIA+, negras, latinas de todo o mundo. No entanto, a própria plataforma deixa explícito que a verificação não é vista como um endosso e não garante favorecimento nos algoritmos de distribuição de conteúdo. O processo de inscrição para verificação, segundo a plataforma, é conduzido de forma imparcial, com base em fontes confiáveis e no impacto cultural da pessoa.

A complexidade de analisar um objeto no Instagram não se encontra apenas em entendê-lo a partir do ecossistema de plataformas (Van Dijk et al, 2018), mas também olhá-lo considerando as muitas interfaces de criação de conteúdo presente nesta plataforma como biografia⁵⁸, stories⁵⁹, reels⁶⁰, fotos do feed⁶¹, fotos fixadas no feed⁶² e

⁵⁷ Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/understanding-verification-on-instagram>. Acesso: 19 de abril de 2024

⁵⁸ Trata-se da autodescrição de cada pessoa;

⁵⁹ Com o recurso Stories é possível documentar o dia a dia com publicações que duram 24h.

⁶⁰ São vídeos de até 90 segundos com filtros de realidade aumentada e ferramentas de áudio e texto fáceis de usar.

⁶¹ São as imagens que compõem o perfil.

destaques⁶³. No que diz respeito às particularidades do Instagram, a plataforma chega na atualidade com dinâmicas próprias, fluidas e em constantes transformações dentro de um mercado comunicacional em que considera métricas, agenciamentos humanos e não-humanos, além de estabelecer-se como um lugar de diferentes públicos, com possibilidade de interações, acúmulo de dados e modelos de negócios. Leaver et al. (2020), ao registrarem, historicamente, o surgimento e o desenvolvimento da plataforma, destacaram o aspecto de intimidade entre os seguidores e a possibilidade de colecionar, capturar e compartilhar momentos. Foi nesse contexto de ‘intimidades’ com os seguidores que as influenciadoras digitais entraram no mercado do Instagram.

Os autores elencam aspectos situacionais importantes para pensarmos as postagens no Instagram: o móvel, o social e o visual. Será a combinação desses três aspectos que definirão a plataforma como espaço sobreposto, que utiliza tais elementos para engajar o usuário, encorajar a comunicação social ou promover tipos específicos de conteúdo. No que se refere ao meio móvel, os autores explicam que uma característica marcante da plataforma é ter funcionalidades específicas que só são possíveis para o aplicativo móvel, e isso reflete na relevância das informações de localização. Já o aspecto social da rede trata-se, sobretudo, de alimentar a plataforma de conteúdo e gerar conexões. É a partir desse ato social, que as interações, trocas, ideias e materiais são alavancadas, mantendo a rede ativa e em funcionamento. Tudo isso tem como pano de fundo e base o elemento visual (foto, ilustração, citação, texto renderizado, vídeo etc.). Deixar explícitas tais especificações da plataforma Instagram é fundamental, porque cada site de mídias sociais, por mais que atuem em um ecossistema de plataformas (Van Dijk et al 2018), apresenta características específicas.

Sobre a ecologia do Instagram, Leaver et. al (2020) são ainda mais precisos ao trazer que as mudanças no funcionamento do aplicativo, ao longo da sua construção, é uma resposta às modificações de práticas e objetivos de usuários, de plataformas e de outras partes interessadas. Temos em destaque a dinâmica do Instagram, da plataforma em si, que reposiciona as experiências espaciais e temporais dos usuários e são essas dinâmicas que envolvem o funcionamento implícito e explícito das plataformas e mudam com frequência, interferindo diretamente no mercado de influência digital no

⁶² A plataforma possibilita ao usuário fixar três imagens na primeira linha de fotos, de modo que as mesmas permaneçam como destaque da página

⁶³ Os destaques do Instagram são ícones do perfil que permitem fixar Stories relevantes. Com eles, é possível organizar diversos conteúdos importantes que foram postados nos Stories, sem que eles desapareçam em 24 horas.

Instagram. Mercado esse, que, de acordo com a sua própria historiografia da plataforma, surgiu “desvinculado” de atividade comercial, mas que ao longo de sua existência tais relações foram se modificando. Os próprios usuários do Instagram vislumbraram um potencial de monetizar seus seguidores com postagens patrocinadas, antes mesmo de a plataforma introduzir anúncios no aplicativo (Leaver et al 2020).

Nesse contexto, as dinâmicas ligadas à espontaneidade e à retórica da amizade, muito utilizadas no início do Instagram, são substituídas por trocas entre uma figura pública e um público imaginário invisível (Leaver et al, 2020), em que há mudanças constantes na política, funcionalidades e forma como os conteúdos são entregues por causa da personalização. Desta forma, os conteúdos não chegam para todos os usuários de forma similar, característica das plataformas em geral, e a categorização das informações não considera apenas o comportamento individual, mas, de forma ampla, trata-se também de prever comportamentos de grupo (Zuboff, 2021). Soma-se a isso o fato de que plataformas como o Instagram mudam continuamente, com a inclusão de novos filtros, emojis como hashtags pesquisáveis, marcação de outros usuários, mensagens diretas, postagens em carrossel de várias fotos/vídeos, Instagram Stories (com GIF’s animados, enquetes, filtros de realidade aumentada, integração com o aplicativo de música *Spotify*, entre outras), recursos de vídeos, além de diversas maneiras de os anunciantes usarem a mídia.

Ao tratar do Instagram a partir da história da mídia, Manovich (2016) relembra que desde 2010, época do lançamento da plataforma feita por Kevin Systrom e Mike Krieger, às relações das pessoas com fotografia abarcavam o amador, o instantâneo, o profissional, a publicidade, o retrato, à moda, o produto – além de outros tipos de fotografia e de novas estéticas e questões específicas da fotografia móvel. É uma combinação de atividades que inclui tirar fotos, editá-las e distribuí-las em uma estrutura de mídia que – por mais padronizada que aparente ser – é sempre perturbada pelas rápidas mudanças. Para o autor, as culturas de imagem da contemporaneidade são definidas pelas tecnologias, pelas formas com que as pessoas usam essas tecnologias e pelas “linguagens” culturais. Isso significa que dentro de uma determinada linguagem fotográfica alguns assuntos específicos são mais propensos a acompanhar composições específicas, iluminação ou outras escolhas particulares em diferentes dimensões visuais, e as relações sociais contemporâneas estão cada vez mais mediadas ou acompanhadas por imagens digitais.

Hand (2012) vai chamar de paisagem fotográfica onipresente a divulgação visual da vida comum, e a ideia de onipresença vem na medida em que a fotografia, no meio digital, torna-se prática cultural popular e as mídias sociais passam a ser cada vez mais visuais. Não se trata apenas das imagens, mas de discursos, tecnologias e práticas que se tornaram radicalmente difundidos em todos os domínios da sociedade. Para o autor, a implicação dessas mudanças recai sobre as maneiras, muito diversas, pelas quais as imagens são produzidas, consumidas, distribuídas e interpretadas. O paradoxo, segundo Hand (2012), está em percebermos que essas imagens formam a arquitetura visual da cultura popular e do marketing contemporâneo, e ao mesmo tempo são produzidas, usadas e interpretadas de maneira muito diferente entre grupos sociais e comunidades de prática. A fotografia pode estar em todos os lugares, mas não da mesma maneira e, segundo o autor, isso torna a visualização da vida pública e privada vinculada a relações de poder e autoridade.

Laestadius e Witt (2022) relembram que, em julho de 2021, o chefe do Instagram, Adam Mosseri, anunciou que a plataforma não era mais um aplicativo de compartilhamento de fotos, mas sim um aplicativo de entretenimento com foco em vídeo, e esse reposicionamento da plataforma reconfigura a arquitetura e cria novas possibilidades para seus usuários. O Instagram oferece um lembrete de mudança contínua, ao longo do tempo, em que a fotografia está na raiz e do seu sucesso, tendo em vista que reuniu em um só lugar ferramentas que já existiam de forma desconexas em outros aplicativos como o compartilhamento de fotos, filtros e molduras. De acordo com a cronologia feita por Leaver et. al (2020), um marco fundamental para a plataforma tornar-se o que é hoje foi, em 2012, a venda para o Facebook. Inicialmente, a plataforma não tinha modelo de negócio e somente lançou, globalmente, suas ferramentas de publicidade em 2015. Mais que isso, o Meta Platforms, Inc. também adquiriu todos os dados (e metadados) subjacentes do usuário do Instagram, realizou mudanças na Interface de Programa de Aplicativo (API) com a possibilidade de diferentes aplicativos parceiros acessem, adicionem ou removam dados do banco de dados do Instagram. Além disso, há também uma restrição à interface (Bruns, 2019), impedindo que aplicativos de terceiros acessem dados da plataforma. O funcionamento interno da plataforma passou a ser descrito como 'caixas pretas' e tornou cada vez mais fechado o acesso público (Suzor, 2020).

Aos pesquisadores da plataforma, é oferecida a possibilidade de solicitar dados, por meio do *Crowd Tangle*, para acompanhamento, análise e relatórios sobre o que está

acontecendo com o conteúdo público nas mídias sociais. De acordo com Laestadius e Witt (2022), os pesquisadores do Instagram têm três opções principais para coleta de dados, cada uma alinhada com uma abordagem analítica diferente: a) coleta automatizada de dados por meio da ferramenta oficial *CrowdTangle*, serviços comerciais de terceiros com acesso à API do Instagram ou APIs não oficiais de terceiros; b) coleta manual de dados do Instagram a partir da interface do usuário do Instagram; ou c) interação com usuários do Instagram como criadores e/ou público. Desta forma, as amostras coletadas por meio de abordagens automatizadas, com grandes quantidades de dados, podem fornecer informações sobre tendências amplas, enquanto pequenas amostras manuais podem ser mais adaptadas para responder a perguntas de pesquisa específicas e explorar em detalhes e em profundidade as formas variadas, contextuais, racionais e irracionais pelas quais as pessoas interagem e dão sentido ao mundo, e como os processos funcionam (Laestadius e Witt, 2022). A forma escolhida por esta tese para formar as coleções de imagens foi a coleta manual.

Para a nossa construção das constelações das três influenciadoras, interessa-nos as informações disponibilizadas na biografia, já apresentada na introdução, e as fotos presentes no *feed*. A justificativa é que esses são os espaços que a plataforma dedica às imagens, julgadas mais relevantes pelo dono do perfil, e que não tem o caráter efêmero. Ainda assim, o volume de publicações é bastante significativo, conforme quadro 1:

Quadro 1 - n° de publicações em cada um perfil desde o surgimento

Influenciadora	n° de publicações presentes no <i>feed</i>⁶⁴	n° de destaques	Tipos de fixados
Camilla de Lucas	2261	9	3 fotos
Gabi Oliveira	1750	76	3 fotos
Nátaly Neri	2250	9	3 vídeos

Fonte: quadro produzido pela autora desta tese

Posto isso, vamos incluir a variável temporal no intuito de apostar nas potências de um certo retrospecto para a análise de um objeto presente e, assim, termos um panorama de como esses perfis foram estruturados ao longo de sua existência. Escolhemos olhar para as publicações do primeiro ano de criação do perfil e último ano

⁶⁴ A coleta de dados foi realizada no dia 19 de abril de 2024

de sua publicação, em 2023, além do ano que chamamos de meio, referente à metade da trajetória de cada *feed*, conforme quadro 2.

Quadro 2 -nº de publicações em cada um perfil desde o surgimento

Influenciador a	Primeiro ano do perfil/ nº de publicações		Ano meio/ nº de publicações		Último ano do perfil / nº de publicações		Total de publicações
	2014	6	2018	364	2023	126	
Camilla de Lucas	2014	6	2018	364	2023	126	496
Gabi Oliveira	2015	177	2019	165	2023	105	447
Nátaly Neri	2013	30	2018	268	2023	170	468
							1411

Fonte: quadro produzido pela autora desta tese

Aqui, destacamos o volume de publicações anuais de cada influenciadora. É nítido um crescimento no número de publicações das três influenciadoras entre o primeiro ano e o ano meio e isso é justificado pelas dinâmicas da plataforma. Características como frequência de publicações, presença online e consistência (Recuero, 2009; Pissara, 2023; Karhawi, 2021; Primo et al, 2021) são fatores relevantes nas trocas em plataformas. Ser visto pelos seguidores é a base dessa relação que tem como fim último o engajamento. Desta forma, ao olharmos os três anos de cada influenciadora, temos o total de 1.411 publicações para análise. Ainda assim, é um volume significativo de imagens e, por isso, para formarmos as coleções, decidimos realizar um segundo corte temporal.

Agora, escolhemos um mês de cada semestre, março e novembro, para realizar o levantamento das publicações. Justifica-se a escolha dos meses, porque presume-se que março, de fato, já passaram as festividades, viagens e comemorações do final do ano anterior, dando dimensão de como é a dinâmica de trabalho dessas influenciadoras, além de ser o Mês da Mulher; já no mês de novembro é comemorado o Dia da Consciência Negra e, como esse foi um fator importante para o levantamento dos perfis, preferimos manter esse recorte, conforme os quadros abaixo (quadros 3,4 e 5).

Quadro 3 -Recorte temporal Camilla de Lucas

Camilla de Lucas	2014	2018	2023
Março	6	34	10
Novembro	6	30	13

Fonte: quadro produzido pela autora desta tese

Quadro 4 -Recorte temporal Gabi Oliveira

Gabi Oliveira	2015	2019	2023
Março	19	14	8
Novembro	47	10	9

Fonte: quadro produzida pela autora desta tese

Quadro 5 -Recorte temporal Nátaly Neri

Nátaly Neri	2013	2018	2023
Março	4	31	9
Novembro	9	12	22

Fonte: Tabela produzida pela autora desta tese

A ressalva é para o primeiro ano de existência de cada perfil, nenhum dos perfis tiveram as publicações iniciadas em março e, por isso, pegamos as publicações dos primeiros meses do ano de cada uma. A Camilla de Lucas fez sua primeira postagem no Instagram dia cinco de agosto de 2014; Gabi de Oliveira, no dia seis de agosto de 2015; e Natály Neri, no dia 25 de abril de 2013.

Depois do inventário, conforme Souto (2016), faz-se as coleções a partir de uma percepção intuitiva. Após acompanhar as dinâmicas dos perfis, em que uma das premissas é a busca pelas relações de alteridade social das mulheres negras que permeiam e se manifestam nas imagens, percebi a dinâmica, o fluxo, as interconexões, as trocas, os vínculos e os conflitos que nelas se desdobram. Da observação intuitiva dos três perfis, foram formadas duas coleções denominadas “mulheres negras, autodefinição e construção de si” e “mulheres negras: margem e centro”, que serão

apresentadas para agrupar vários aspectos que abrange ser mulher negra em um ambiente predominantemente branco.

A escolha de fazermos duas coleções deu-se a partir desse olhar comparativo inicial em que já começou a ficar explícito o quanto esses aspectos, além de aparecerem ao longo de todos os perfis, misturam-se entre si, revelando complementaridades. Em seguida, após a apresentação e a análise de cada uma das duas coleções, vamos entender as inter-relações estabelecidas entre elas na construção do que nomeamos de perfil-território. Tratam-se de espaços paradoxais, oscilando entre a possibilidade de integração, por estarem inseridos em ambientes laborais majoritariamente brancos e comerciais, e também entre formas de resistência e, em última instância, como locais de aquilombamento (Beatriz Nascimento, 2018; Abdias Nascimento, 2019; Andrade, 2023), levando em conta a noção de corpo-território (Gago, 2020), numa perspectiva diaspórica (Gilroy (2012)). É importante salientar que essas interações sociais são influenciadas e destacadas pela marca pessoal, transcendendo o conceito de representatividade que, embora relevante, não é suficiente para as complexas questões étnico-raciais brasileiras relacionadas à ocupação desses espaços sociais e às alianças emancipatórias.

Os dois tópicos dedicados às coleções de postagens serão construídos em textos estruturados nos respectivos conceitos-chave, desvelando as ocorrências e as particularidades referentes às mulheres negras conforme estas vão se manifestando nos demais perfis de cada coleção. A ideia é que essa lógica de encadeamentos seja perceptível nas postagens formadas pelas coleções, de modo que o processo de constelar em si é determinante na construção das coleções. Em outras palavras, o conceito-chave precisa evidenciar com clareza o percurso da formação da coleção levada pelo ato de constelar.

4.3 Coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”

Ao acompanharmos de forma intuitiva as publicações dos três perfis, elencamos que um dos conceitos-chaves para o entendimento das dinâmicas estabelecidas nesses espaços é a autodefinição (Collins, 2019). Já vimos nesta tese que Collins (2019) destaca a importância da autodefinição e autoavaliação, para as mulheres negras, como uma forma de resistência à dominação. No primeiro caso, a autodefinição envolve desafiar as imagens de controle, estereotipadas e impostas externamente sobre as mulheres negras; já a autoavaliação concentra-se em criar e promover imagens

autênticas e próprias dessas mulheres. Ao se definirem e se avaliarem por seus próprios termos, as mulheres negras desafiam as perspectivas dominantes que as subjugam e reivindicam sua própria voz. Ao mapear os posts, das três influenciadoras, dois aspectos relacionados à autodefinição se destacaram: o uso dos cabelos naturais, e a afetividade.

Parte-se do entendimento do que a produção e a perpetuação das desigualdades raciais fazem para a configuração do tecido social. Segundo Sueli Carneiro (2023), o racismo atua como uma ferramenta de dominação em sociedades que foram marcadas pela escravidão, e comumente as pessoas negras são lidas socialmente como imagens de controle (Collins, 2019) de maneiras negativas, como servis, subumanos, sujeitos, pobres, criminosos e incivilizados (Mills, 2023; Davis, 2017). No Brasil, Beatriz Nascimento (2022) demonstra preocupação com as imagens de pessoas negras veiculadas na mídia, comumente ligadas ao regime escravocrata. A autora explica que “a representação que se faz de nós na literatura, por exemplo, é do criado doméstico, ou em relação à mulher, a da concubina no período colonial (Nascimento, 2021, p.40). De forma semelhante, no cinema, Rodrigues (1988) traz que “nossos filmes não apresentam personagens reais individualizados, mas apenas arquétipos e/ou caricatura: ‘o escravo’, ‘o sambista’, ‘a mulata boazuda’” (p. 21).

A influenciadora digital Camilla de Lucas, autointitulada “blogueyrinha real”, subverte essa ordem e utiliza o fato de vir do subúrbio a seu favor. Camilla ganhou popularidade em 2017, no YouTube, com dicas de maquiagem, cabelo e *vlogs* do seu cotidiano. Os conteúdos produzidos, no início da carreira, partiam desses estereótipos negativos associados aos negros para mostrar, por meio do humor e do sarcasmo, o desenrolar da própria vida, conforme figura 12.

Figura 12 -Processo de construção da blogueirinha da vida real

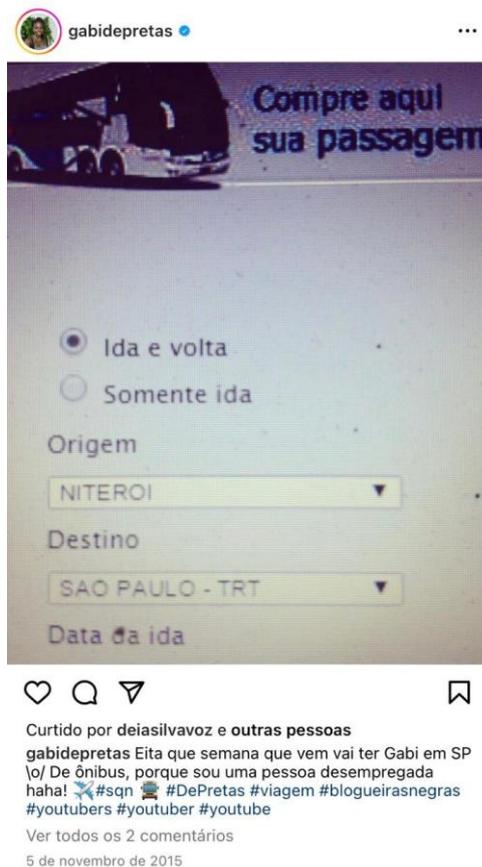


Fonte: Plataforma Instagram

A influenciadora assume a condição de suburbana, semelhante à realidade da maioria do povo brasileiro, tanto nas postagens quanto ao se intitular “blogueirinha real”. Em uma postagem em que aparece sorridente, e centralizada na imagem (figura 12), ela dá dicas de como andar no trem, que parte da região metropolitana do Rio de Janeiro e vai até a capital; um trajeto longo em um transporte coletivo bastante cheio. Esse movimento vai de encontro à vida considerada “perfeita” das influenciadoras, comumente brancas, bem-sucedidas de *lifestyle*. De forma semelhante, Gabi Oliveira mostra aos seus seguidores que, diferente do que se espera de uma “blogueira” *lifestyle* que se prepara para viajar – inclusive, postando a #aerolook⁶⁵, referente a roupa escolhida para ir ao aeroporto –, ela se prepara para fazer viagens intermunicipais de ônibus, pois, reforça, é desempregada, conforme figura abaixo (Figura 13).

⁶⁵ Termo criado no universo da moda na internet, que une as palavras “aeroporto” com “look”.

Figura 13 - Processo de construção do perfil da Gabi de Oliveira



Fonte: Plataforma Instagram

Fazer essas ligações entre o que se entende e o que se espera da vida de uma influenciadora, e o que realmente acontece quando uma das influenciadoras lida com o dia-a-dia de uma vida real e suburbana – como a utilização de transporte público e viagens interestaduais feita com transporte mais barato –, deixa pistas que a relação construída com os seguidores é de proximidade com as dificuldades e com as escolhas que a maioria dos brasileiros fazem diariamente. Isso não as inviabilizam enquanto influenciadoras, ao contrário, o que poderia ser uma limitação, termina estabelecendo uma relação de credibilidade, e uma sensação de “gente como a gente” é estabelecida com os seguidores.

O mesmo ocorre com Nátaly Neri que, ao compartilhar a sua mudança para um apartamento (figura 14), refaz a própria trajetória descrevendo que já dividiu quarto em república e que também morou sozinha em *kitnet*. Na foto, a influenciadora aparece bem arrumada e sorridente, em sua sala nova, sentada ao lado do namorado, o que dá uma sensação de estabilidade na vida, de autoestima.

Figura 14 - Processo de construção do perfil da Nátaly Neri



Fonte: Plataforma Instagram

Subverter o que se espera socialmente de mulheres negras é fundamental para que nós possamos reconhecer nossa própria agência e construir formas de resistência frente às opressões que enfrentamos. Aqui, fica evidente que o processo de profissionalização das influenciadoras negras requer esforços que as retirem desses lugares estereotipados, base das imagens de controle (Collins, 2019), em que se espera que mulheres negras tenham a sexualidade exacerbada, garantindo a objetificação de determinados corpos em detrimento de outros, ou sejam mãe preta, cuja função era cuidar e educar os filhos dos senhores.

A representação da diferença por meio do corpo, especialmente em relação às pessoas negras, é uma forma de produzir e disseminar o "conhecimento racializado". Estereotipar, como Hall (1997) aponta, é simplificar características complexas em

poucos traços essenciais, ligados à natureza física. Essa prática de estereotipia não apenas simplifica as relações, mas também estabelece uma divisão entre o que é considerado normal e aceitável e o que é considerado anormal e inaceitável. Tal divisão simbólica cria fronteiras que excluem aqueles que não se encaixam nos padrões estabelecidos, perpetuando assim a separação entre "nós e eles", "eu e o outro". A estereotipia não apenas reforça hierarquias sociais existentes, mas também é um instrumento de violência simbólica, pois impõe visões limitadas e distorcidas sobre grupos minoritários, reforçando, assim, sua marginalização e subordinação na sociedade. É necessário refazer essas imagens, a partir da definição de si mesma, para daí criar os próprios parâmetros avaliativos (Collins, 2019). A autodefinição é construída, justamente, por trás das máscaras de conformidades (encontradas por meio das imagens, legendas e sons), e consiste na resistência baseada no reconhecimento do valor próprio.

As primeiras publicações de Camilla de Lucas no Instagram, datadas de 2014, são imagens da influenciadora de cabelo liso, em festas familiares, na sala de casa e passeando pelo Rio de Janeiro. São fotos amadoras, com bastante filtro, bem característico desse período na plataforma Instagram, além de selfies e *hashtags* voltadas para a moda, beleza e estilo, conforme as figuras 15 e 16:

Figura 15 -Primeiras publicações de Camilla de Lucas



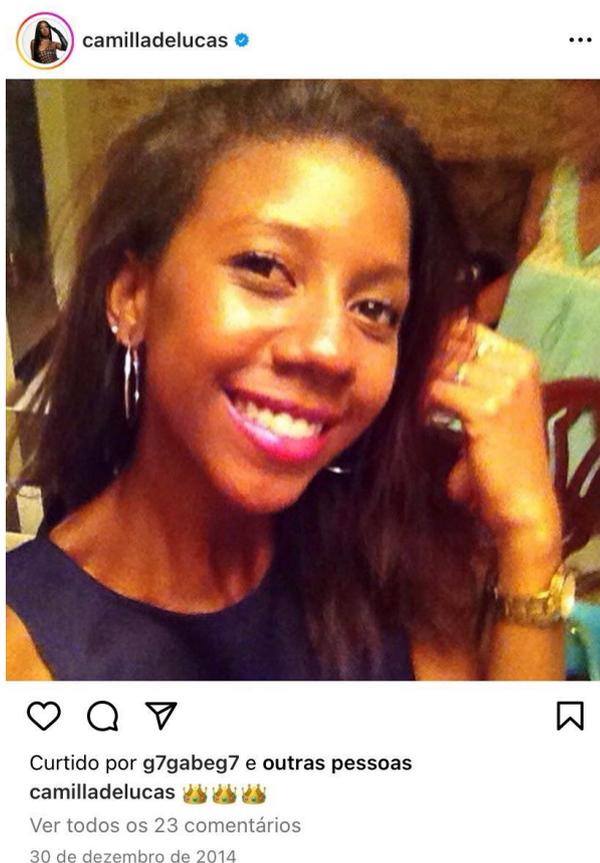
Fonte: Plataforma Instagram

Aqui, a atenção volta-se para os cabelos lisos da influenciadora, considerando que a subjetividade negra passa pelo corpo e cabelo. Alisar o cabelo é uma prática comum entre mulheres negras como forma de obter aceitação social, ou estar com “boa aparência”, como muitos empregos solicitam, deixando explícito que os cabelos crespos (ou com qualquer curvatura) não se coadunam com essa imagem. Como já vimos anteriormente, desde a colonização, ideias racistas foram formuladas e disseminadas, e uma das suas premissas é a negação da humanidade de pessoas negras, e o cabelo crespo insere-se nessa dinâmica em que alisá-lo significa civilizá-lo. Nesse contexto, o cabelo tornou-se – e ainda é –, junto com a cor da pele, um dos principais sinais distintivos da negritude, ligado a diversos movimentos que vinculam fortemente a estética negra à política. Nos anos 1930, por exemplo, surgiu o movimento jamaicano sobre a estética do Movimento Rastafari, e nas décadas de 1960 e 1970, surgiram os movimentos "Black is Beautiful" e "Black Power", em que o cabelo afro passou a

simbolizar orgulho e poder. Nesse contexto, a aceitação do cabelo "natural" tornou-se central, consolidando-o como um ícone identitário e cultural.

Dito de outra maneira, o cabelo crespo e a cor da pele negra são elementos que carregam uma carga simbólica política profunda na sociedade, funcionando como códigos que influenciam não apenas a percepção externa, mas também a autoimagem e a identidade pessoal (Gomes, 2020). Eles definem como uma pessoa é vista e tratada pela sociedade e também moldam como essa pessoa se vê e se sente em relação a si mesma e ao mundo ao seu redor. Desta forma, estética negra e a estrutura do cabelo negro crespo/cacheado têm impactos também na autoestima da mulher negra, que com frequência recusam o cabelo natural, buscando saídas mercadológicas para se enquadrar num padrão estético branco/europeu.

Figura 16 -Primeiras publicações de Camilla de Lucas



Fonte: Plataforma Instagram

Segundo Gomes (2020), essa é uma relação tensa, conflituosa e complexa em que o cabelo e o corpo negro são pensados pelas lentes da cultura e por isso não podem

ser considerados simplesmente como dados biológicos: “Cabelo crespo e corpo podem ser considerados expressões e suportes simbólicos da identidade negra no Brasil. Juntos, eles possibilitam a construção social, cultural, política e ideológica de uma expressão criada no seio da comunidade negra: a beleza negra” (Gomes, 2020, p. 28). A autora destaca que a percepção do cabelo afro como “ruim” é um reflexo do racismo e da disparidade racial enfrentada por essa comunidade, e a decisão de modificar o cabelo pode simbolizar uma tentativa de escapar da inferioridade imposta ou, até mesmo, de uma internalização dessa ideia. Além disso, pode representar um desejo de autonomia e é dessa tensão que emerge um padrão de beleza corporal real e um ideal:

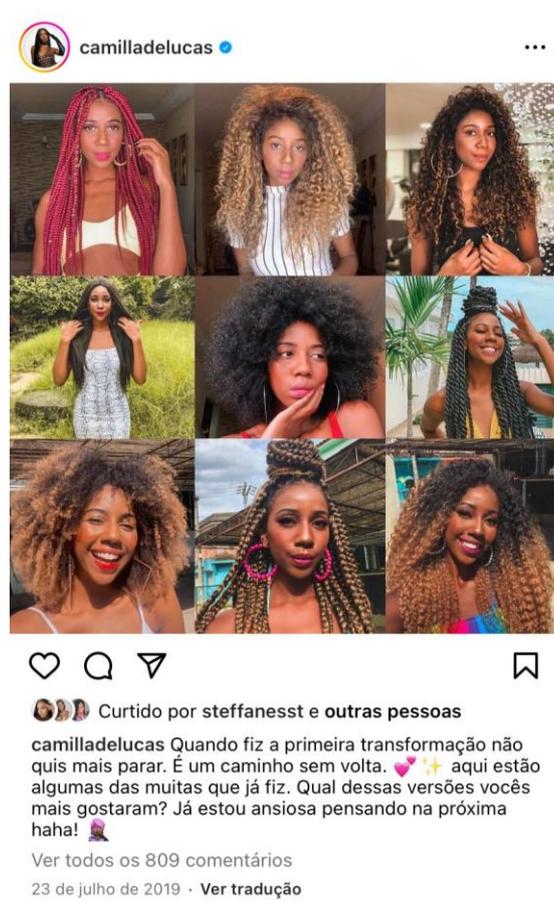
No Brasil, esse padrão ideal é branco, mas o real é negro e mestiço. O tratamento dado ao cabelo pode ser considerado uma das maneiras de expressar essa tensão. A consciência ou o encobrimento desse conflito, vivido na estética do corpo negro, marca a vida e a trajetória dos sujeitos. Por isso, para o negro, a intervenção no cabelo e no corpo é mais do que uma questão de vaidade ou de tratamento estético (Gomes, 2020, p. 29).

Fanon (2020) chama de complexo inato a internalização das noções racistas e colonialistas que permeiam a sociedade, levando os indivíduos a se sentirem inferiores ou inadequados ao internalizar ideias negativas sobre si mesmos. O autor explica que o complexo pode levar a comportamentos e atitudes negativos contra si mesmo, incluindo auto-ódio, desejo de assimilação aos padrões dominantes, e até mesmo a negação de sua própria identidade cultural. Ele argumenta que a luta para superar esse complexo inato é fundamental para a emancipação pessoal e coletiva dos grupos marginalizados. Dito de outra maneira, para esses sujeitos, o cabelo continua sendo visto como estigma de inferioridade e os traços físicos têm sido, historicamente, associados a estereótipos e preconceitos que muitas vezes relegam as pessoas negras a posições inferiores na hierarquia social.

O cabelo crespo foi por muito tempo considerado inadequado ou “não profissional” em comparação com os padrões eurocêntricos de beleza, e esses estigmas sociais afetam profundamente a maneira como as pessoas negras se veem, muitas vezes internalizando mensagens negativas sobre sua própria aparência e valor, fabricando sinais de branquitude. Kilomba (2019) explica que o cabelo se tornou uma poderosa marca de servidão durante o período de escravização, porque era considerado um símbolo de “primitividade”, desordem, inferioridade e não-civilização. A autora afirma que alisar o cabelo era uma das formas de controle e apagamento dos chamados “sinais repulsivos” da negritude. Entretanto, a autodefinição de Camilla, por meio do cabelo,

aparece no resto do perfil e de forma explícita, durante o processo de transição capilar⁶⁶ e nos diversos tipos de cabelos que passa a usar, como lance, trança, dread, *black power*, entre outros que a influenciadora brinca em trocar. Na figura abaixo (Figura 17), a Camilla reafirma que depois da primeira transformação não há como parar. Ela apresenta as várias versões dela mesma e diz que já pensa na próxima.

Figura 17 -Camilla de Lucas com vários tipos de cabelo



Fonte: Plataforma Instagram

Aqui, o destaque é para o significado da transição capilar para as mulheres negras. Trata-se do processo de abdicação de alisamentos químicos ou físicos dos cabelos, assumindo novamente suas texturas naturais. Amorim et al (2021) explica que a popularização da transição capilar veio junto com o surgimento de marcas especializadas em produtos afro, não só para os cabelos naturais, mas também produtos

⁶⁶ Em uma publicação do dia 26 de outubro de 2015, a influenciadora celebra o sucesso de conseguir lidar com “*day after*”, durante a transição.

específicos para os cabelos que estão em fase de transição. Como estratégia de vendas, tais marcas, segundo Amorim et al. (2021), utilizam as blogueiras/vlogueira/influenciadoras cacheadas e crespas para que se tornem embaixadoras. Essas influenciadoras serviram de inspiração, do ponto de vista estético, para algumas meninas e mulheres que optaram pela transição. As autoras destacam também que as indicações de produtos feitas pelas embaixadoras não, necessariamente, vêm acompanhada de debate racial. Entretanto, apesar do caráter mercadológico, esses perfis estimulam de forma explícita a promoção da estética negra, conforme figura 18.

Figura 18 -Camilla de Lucas com o cabelo natural



Fonte: Plataforma Instagram

Na contramão desse pensamento, Soares (2018) entende a transição capilar como uma luta política por reconhecimento, protagonizada por mulheres, porque envolve uma transformação que vai além do corpo. Para a autora, no decorrer do

processo, são trazidas à tona questões complexas nas biográficas dessas mulheres, muito marcadas por vivências de racismo e a consequente negação de si. O impacto da transição capilar revela, então, o quão profundamente o racismo marca essas subjetividades femininas e o cabelo crespo; por isso o processo de transição capilar implica negociações de um reconhecimento de si que, na maioria dos casos, se quer existia, que é o que se intui do processo vivido por Camilla de Lucas, conforme observamos na Figura 19. Essa é uma experiência marcada por tensões e conflitos.

Figura 19 - Processo de transição capilar como uma das etapas de reconhecer-se negra



Fonte: Plataforma Instagram

“Se eu consigo, vocês também conseguem. Força”. Com essa frase, Camilla de Lucas incentiva as seguidoras a suspender o uso de química no cabelo. Nesse ponto, é importante destacar que Soares (2018) entende esse movimento de popularização da

transição capilar articulado, sobretudo online, possibilitado por uma quebra na hegemonia discursiva e na formação de uma rede de compartilhamento de vivências para mulheres, cujas experiências foram historicamente negligenciadas:

Fenômeno transnacional, a transição capilar é articulada, principalmente, via internet. As mídias sociais aparecem como uma ferramenta essencial para o compartilhamento dessa experiência que marca fortemente a vida dessas mulheres. Em linhas gerais, esse processo consiste na ressignificação de cabelos que eram quimicamente alisados e o retorno ao cabelo natural. Caracterizo como um movimento devido a sua semântica coletiva, que agrega milhares de mulheres não só no Brasil. Além disso, defendo o seu potencial político como um movimento que questiona e combate o racismo. (Soares, 2018, p.92)

Assim, é possível perceber que as redes sociais se tornaram espaços que permitiram que mulheres negras compartilhassem suas experiências de transição capilar, assim como novas abordagens para cuidar de cabelos crespos ou cacheados. A transição capilar, ainda que tenha motivação individual, vem acompanhada pelo reconhecimento de um grupo. Esses perfis, ao mesmo tempo que desempenham um papel de solidariedade entre aquelas que passam pelo processo (conforme Camilla), também oferecem conhecimento sobre um tipo de cabelo frequentemente marginalizado desde a infância, colocando as mulheres negras em papéis centrais, conforme Figura 20, com a influenciadora Gabi Oliveira explicando técnicas de cuidado para cabelos crespos:

Figura 20 - Dicas da Gabi Oliveira de como cuidar dos cabelos crespos



Fonte: Plataforma Instagram

A percepção e o posicionamento das mulheres negras em relação aos seus cabelos são resultado de uma mudança significativa na forma como elas se enxergam e se situam, não só em relação a si mesmas, mas também em relação aos outros e frente à “norma” social predominante. O cabelo, que antes era encarado como um obstáculo a ser superado, passa a ser valorizado, cuidado e amado durante o processo de transição e também pós-transição. Há, aqui, evidências que destacam a importância da aceitação e valorização dos cabelos crespos e cacheados para a construção da autodefinição entre as mulheres negras na sociedade brasileira. Além disso, o “domesticar os cabelos”, por meio de químicas ou de processos físicos, como o calor de uma chapinha, é resultado dessa imagem negativa de si mesma, construída e embasada na adoção da ideologia de branqueamento social. Kilomba (2019) aponta que o cabelo se tornou um dos instrumentos mais importantes da consciência política entre africanas/os e africanas/os da diáspora. “Dreadlocks, rasta, cabelos crespos ou "black", e penteados africanos, transmitem uma mensagem política de fortalecimento racial e um protesto contra a opressão racial. Eles são políticos e moldam as posições de mulheres negras em relação à raça” (Kilomba, 2019, p. 127). Existe, portanto, uma relação entre a consciência racial, a descolonização do corpo negro e, também, das ofensas racistas e do controle do corpo negro.

No caso da Nátaly Neri, os *dreadlocks* são motivos de orgulho (Figura 21), assim como ocorreu no Movimento Rastafari, nos anos 1930, inspirados nos escritos do pan-africanista Marcus Garvey, em que os dreads representavam uma conexão simbólica entre sua aparência natural e a África, reinterpretando a narrativa bíblica que associa a Etiópia a "Zion" ou Terra Prometida, lugar onde os negros são repatriados. De acordo com Barrett (2018), o movimento Rastafári, uma fusão de política e espiritualidade, teve sua gênese na Jamaica e sua história remonta à coroação de Ras Tafari Makonnen como imperador da Etiópia, em novembro de 1930. Após sua coroação, Ras Tafari Makonnen assumiu um novo título, Haile Selassie I, significando "Poder da Trindade" (pai, filho e espírito santo) em amárico, a língua da família Makonnen. Essa mudança de nome é significativa, já que "Ras" em amárico denota "cabeça", correspondendo também ao título de "príncipe".

Figura 21 -- Ntaly Neri com dreadlocks



Fonte: Plataforma Instagram

O monarca africano era percebido como a manifestação do Cristo bíblico reencarnado, o próprio Jah. Segundo a perspectiva rastafári, Jah era um homem negro vivo, destinado a libertar o povo escolhido das dificuldades impostas por seus opressores. Esse povo eleito, conforme diferentes interpretações rastafári, é composto pelos africanos, dispersos tanto pelo continente de origem quanto pela diáspora. Araújo (2022) explica que os dreadlocks se formam naturalmente quando os cabelos e a barba crescem livremente, criando nós e cachos espontâneos. Essa prática de cuidado com o corpo, inicialmente vista como negligência, tornaram-se marcadores poderosos da adoção das ideias e práticas Rastafari, relacionadas à identidade negra, africanidade e senso de pertencimento. A escolha desafia as normas estéticas e políticas corporais coloniais e neocoloniais, que privilegiavam padrões britânicos de aparência. O autor aponta ainda que, historicamente, cortar dreadlocks e barbas tem sido uma forma de

abuso físico e psicológico perpetrada pelo estado jamaicano, especialmente por meio de suas forças armadas, policiais e instituições psiquiátricas.

No entanto, a significância dos corpos rastafári, e as complexas relações simbólicas e políticas que eles representam, não se limitam apenas ao cuidado com os cabelos. As escolhas alimentares, os padrões de vestimenta e adornos, e as narrativas que envolvem essas práticas também são fundamentais na materialização do corpo rastafári. Neste contexto, os corpos rastafári são veículos de expressão ligados à cidadania, identidade, história, moralidade e justiça no contexto caribenho. Eles estabelecem conexões com a África, criticam e desafiam a colonização britânica e o neocolonialismo, e desenvolvem formas alternativas de se relacionar com o mundo e tudo o que ele contém. Como parte do movimento, o gênero musical reggae, típico da Jamaica, alicerçou-se na tradição rastafári, e Bob Marley, o mais conhecido de seus representantes, compôs a música War (Guerra) inspirado no discurso de Selássi. Araújo (2022, p.12) explica:

O corpo rastafári evoca uma série de relações entre o Povo Escolhido e Jah – ambos negros nas narrativas nativas. Reivindicar os laços com a África afronta os promotores da homogeneização histórica e cultural sediados sob o mote nacional “Out of many, one people”. Manter vivas lembranças da África é lembrar da escravidão. É reavivar memórias que trazem consigo a violência do cativo. O desenraizamento. É lembrar que diferentes nações cometeram crimes irreparáveis contra os africanos e seus descendentes na diáspora. Além disso, a recusa em esquecer a escravidão e as raízes africanas é uma recusa a aceitar a narrativa oficial da miscigenação pacífica. O corpo rastafári é, portanto, um instrumento de memorialização; instrumento que não é um mero reflexo ideológico de um repertório simbólico, mas ferramenta ativa das políticas rastafári de lembrar o passado, avaliar o presente e reinventar futuros possíveis.

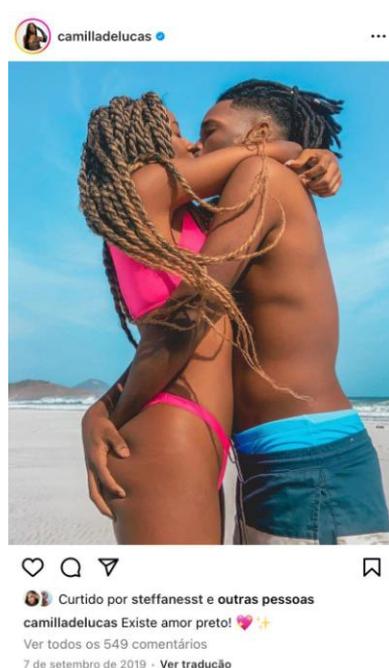
Dito de outra forma, ao reafirmar a conexão com a África e rejeitar a História oficial e dominante de uma miscigenação pacífica, o corpo rastafári se torna uma ferramenta de resistência e memorização. A reivindicação das raízes africanas confronta a ideia de homogeneização cultural, reconhece a violência e a injustiça histórica da escravidão e tornam-se agentes ativos na construção de uma perspectiva que valoriza e celebra suas raízes africanas, enquanto desafia as estruturas de poder e opressão que perpetuam o racismo e a desigualdade. Trata-se de uma prática política e cultural que representa símbolo de resistência e luta pela dignidade dos africanos e de seus descendentes na diáspora. Temos, então, que a recusa em aceitar o cabelo natural e a tonalidade da pele emerge como indicativos de negação da negritude ou de assimilação;

por outro lado, à medida que se desenvolve o processo de conscientização, reconhecimento e aceitação da negritude, isso impulsiona a auto aceitação, reconhecendo-se como mulher negra.

Outro ponto relevante na construção da constelação, que tem a autodefinição como conceito-chave, são as afetividades relacionadas às mulheres negras, construídas e desenvolvidas em ambientes predominantemente brancos. Entrelaçadas nas hierarquias raciais e de gênero, as relações afetivo-sexuais aparecem como um campo em que a dominação se manifesta e, de forma insurgente, estas mulheres ressignificam as práticas de opressão, cada uma ao seu modo, como veremos a seguir.

A influenciadora Camilla de Luca casou-se em 2023 com Mateus Ricardo, e vive um relacionamento desde 2019. O perfil traz a possibilidade da construção de um amor saudável com um homem negro e isso torna-se exemplo de resistência na medida em que, historicamente, desde o período de escravidão, as mulheres negras foram, frequentemente, vítimas de estupro e afastadas de seus maridos e filhos. Essa violência refletiu-se em um processo de desumanização e fetichização existente até hoje, resultando em imagens de controle (Bueno, 2020; Collins, 2019), referentes aos corpos das mulheres negras, que são considerados excessivamente sexualizados. Em seu perfil no Instagram, Camilla posta imagens com seu marido, em situações de afeto, conforme a figura 22. E na legenda de um dos posts ela ressalta que existe amor preto.

Figura 22 -Camilla de Luca com seu esposo



Fonte: Plataforma Instagram

Essas imagens, presentes na figura abaixo (Figura 23), rompem com o estigma sobre mulheres negras, em especial que se relacionem amorosamente com homens negros. Na sociedade ocidental, a idealização do branqueamento, que abre portas e delimita espaços, estabelece que ser negra significa ser feia. É o que se observa no dito popular que afirma: “preta para cozinhar, mulata para fornicar e branca para casar”. Nesse ponto, é importante destacar que a experiência afetivo-sexual vivida pelas mulheres negras é diferente da experimentada pelas mulheres brancas, porque, enquanto ambas enfrentam os impactos do machismo, as mulheres brancas não sofrem racismo.

Figura 23 - Camilla de Lucas e Mateus Ricardo em viagem pela Europa (março de 2023) e no dia do casamento (uma das imagens fixada no perfil da influenciadora)



Fonte: Plataforma Instagram

A influenciadora destaca o amor do casal, em lugares onde eles jamais pensariam visitar (Figura 23). O racismo, a desumanização e objetificação do corpo da mulher negra tem efeitos na esfera afetiva, porque estamos falando de corpos políticos cuja experiência é marcada por estereótipos negativos. Trata-se do fato de a mulher negra não corresponder ao “ideal” de mulher para se ter um relacionamento sério e duradouro. E muitos menos “estar apta” para o casamento.

Mizael et al (2021), ao tratarem da solidão da mulher negra, explicam que a falta de afeto e companhia em relações afetivas, especialmente nas afetivo-sexuais, está

profundamente enraizada nos efeitos de uma cultura que é tanto racista quanto machista. As autoras destacam a falta de espaços em que as mulheres negras possam expressar seus sentimentos, serem acolhidas e, ao mesmo tempo, questionar os modos como o ideal branco influencia as preferências afetivas e/ou sexuais inclusive de homens negros. Mizael et al (2021) reconhecem, portanto, o papel da cultura na formação de gostos e preferências. Segundo hooks (2000), as dinâmicas do amor e da aceitação estão profundamente influenciadas pelas hierarquias sociais e pelas representações construídas em torno do corpo das mulheres negras.

Nas relações afetivo-sexuais, as preferências e os gostos pessoais são influenciados por uma lógica que não está isenta de influências sociais e culturais eurocêntricas e racistas. Corpos que não se alinham com o padrão eurocêntrico são frequentemente desvalorizados, estereotipados e preteridos. Por mais que essas sejam relações que misturem o público e o privado, sendo consideradas questões íntimas e pessoais que valorizam a autonomia individual, é fundamental reconhecer que nossas preferências são moldadas pelas normas e expectativas sociais, incluindo as normas de beleza e os padrões estabelecidos pela sociedade (Pacheco 2013; Souza, 2008; Moutinho, 2004; hooks, 2000).

Nátaly Neri afasta-se da heteronormatividade e torna público o namoro de nove anos com Jonas Maria, homem transexual. Os dois se conheceram por meio de perfis falsos do Orkut e, na época, Jonas ainda se entendia como uma mulher lésbica, e é possível acompanhar o relacionamento dos dois desde as primeiras publicações no Instagram, há nove anos, conforme figura 24:

Figura 24 -Nátaly Neri e o namorado Jonas Maria



Fonte: Plataforma Instagram

Percebe-se que a construção de si é afastada da visão heteronormativa sobre a própria sexualidade. Aqui, entendemos que a heteronormatividade não é apenas um conjunto de práticas ou preferências sexuais, mas sim um sistema político que atua como um mecanismo de poder hierárquico e excludente. Esse sistema, como descrito por Wittig (2006), é responsável por produzir e naturalizar as noções de feminino, masculino e sexualidade considerada "normal", "natural" e legítima. Ele estabelece a normalidade dos corpos e dos sujeitos com base na coerência entre sexo, gênero, prática sexual e desejo, entendidos como elementos interligados de uma relação causal, conforme argumentado por Butler (2010). Na figura 25, Nátaly aborda o tema:

Figura 25 -Nátaly Neri e o namorado Jonas Maria



natalyneri



natalyneri Hoje foi um dia de altas aventuras e sentimentos à flor da pele (confira no stories) mas no fim do dia tudo se encaminhou tão bem quanto possível! A saga do apto novo ta quase acabando! Brigada pra todo mundo por todo apoio e dicas desde os primeiros stories sobre isso! KKKK enfim, @jonasdoravante estamos voando agora porque amanhã uma nova e incrível aventura nos espera! Fiquem ligados no stories e por aqui porque vai ter muuuuita coisa legal pra mostrar pra vocês! Novamente MUITO obrigada pra todo mundo que se preocupou e me ajudou hoje, vocês são fudas, amo vocês! (Nunca disse isso então olha que momento intenso do nosso primeiro "eu te amo")

Ver todos os 93 comentários

9 de março de 2018 · Ver tradução



natalyneri



natalyneri Hoje é dia nacional da visibilidade trans e ontem estive presente na marcha nacional ao lado de @jonasmariaa que tanto me ensina e inspira há anos com sua luta e força!

Sendo uma pessoa cis foram inúmeras as vezes que me coloquei em outros pontos de vista, que entendi meus lugares e aprendi que não é só a minha dor que importa.

Tenho alegria de hoje viver em um mundo em que as figuras políticas, cantoras, atrizes e até meu círculo de amizades é formado por pessoas trans BRILHANTES!

Que haja não só mais visibilidade mas, principalmente direitos, respeito e humanização!

Ver todos os 94 comentários

ashleymíia



29 de janeiro · Ver tradução



Temos, então, que aqueles que desviam dessa cadeia, desafiando o binarismo tradicional e as normas heterossexuais, enfrentam maior probabilidade de rejeição e violência por parte da sociedade. As manifestações públicas de afeto, como no post do Dia da Visibilidade Trans (Figura 25) – com mais de 94 comentários – geram interações (Figura 26) e sugerem uma autoconsciência que apoia uma visão de mundo que reconhece a homossexualidade como uma forma legítima de expressão da sexualidade, integrando-a não apenas à identidade sexual, mas também à identidade pessoal.

Figura 26 – Alguns comentários ao post do Dia da Visibilidade Trans. Ao todo foram 94 comentários



Fonte: Plataforma Instagram

Em outras palavras, isso implica que as conexões estabelecidas nos perfis se baseiam em um conceito de respeito e aceitação da homossexualidade (Figura 27), reconhecendo-a como uma forma válida de vivenciar a sexualidade, ao invés de adotar um modelo de "aceitação" que simplesmente tolera a pessoa independentemente de sua orientação sexual, relegando-a à invisibilidade e ignorando sua existência.

Figura 27 -Nátaly Neri em viagem com Jonas Maria



Fonte: Plataforma Instagram

Nesse último caso, ainda bastante comum no Brasil, a pessoa homossexual é essencialmente silenciada em relação às suas emoções e à sua identidade, e sua homossexualidade é negada ou escondida, o que resulta em uma negação do reconhecimento social de sua integridade como indivíduo. Segundo Lorde (2020), o heterossexismo e a homofobia emergem como duas sérias barreiras à organização das mulheres negras. A autora define o heterossexismo como a crença na superioridade inata de um modelo de relação afetiva, implicando o direito à dominação. Já a homofobia é descrita como o medo ou aversão aos sentimentos amorosos por pessoas do mesmo sexo, muitas vezes se manifestando como ódio em relação a esses sentimentos quando observados em outras pessoas, intensificando o estigma contra lésbicas negras e as violências que enfrentam, que podem culminar em opressões.

Temos, então, que a heteronormatividade está intrinsecamente ligada ao sistema moderno/colonial de gênero e impacta as mulheres de maneiras distintas, dependendo de como se intersecciona com outras formas de diferenciação social, como raça, classe social etc. No contexto latino-americano, normas específicas precedem as condições de reconhecimento social do que é considerado feminino, e essas normas incluem critérios como branquitude, cisgeneridade, heterossexualidade e feminilidade. Corpos que não se encaixam nesses critérios são frequentemente sujeitos a diferentes níveis de marginalização e violência, variando conforme sua adesão a essas normas. Isso contribui para a intensificação da precariedade enfrentada por mulheres racializadas e LGBTI+, que, devido à sua posição racial, de gênero e de classe, são negadas as condições básicas para o reconhecimento de sua humanidade. Como resultado, estão sujeitas a diversas formas de desumanização, violência e violações de direitos (De Freitas, 2021).

No caso da Gabi de Oliveira, atualmente solteira, ela conta em seu perfil a dificuldade de estabelecer um relacionamento sério em que ela permita a entrada de alguém na sua rotina, sendo mãe solo de duas crianças. Em agosto de 2021, a influenciadora conheceu pessoalmente seus filhos, após um ano de processo de adoção. Desde então, Mário, de 9 anos, e Clara, de 4 anos, passaram a viver com ela. Gabi compartilha valores ligados à maternidade como parte de sua rotina com seus filhos e apresenta a maternidade de forma autêntica, revelando tanto suas alegrias quanto seus desafios, especialmente no contexto da adoção. A ressalva é que, ao tratarmos de parentalidade, não estamos excluindo as relações afetivo-sexuais vividas por Gabi; escolhemos esse caminho, porque no perfil a influenciadora deixa explícito a dificuldade em confiar em alguém para incluir no seu dia a dia com filhos.

Figura 28 -Gabi de Oliveira e os filhos



👍 🗨️ 📌

👤 Curtido por carolina_rangeln e outras pessoas
gabidepretas a razão da minha alegria e do meu estresse (estou falando das crianças mas também da obra da casa 😊❤️)

bom fim de semana, galera!
Ver todos os 248 comentários
25 de novembro de 2023 · Ver tradução

Fonte: Plataforma Instagram

hooks (2020) lembra que, apesar de algumas ativistas feministas romantizarem a maternidade, ela não é mais vista exclusivamente por meio da lente do casamento e das relações heterossexuais. Para a autora, cada vez mais mulheres que não estão em relacionamentos estáveis, seja com homens, sejam com mulheres, estão escolhendo ter filhos. Apesar dos desafios, especialmente os econômicos, de criar filhos sem um parceiro, o foco continua sendo nas "alegrias da maternidade", na intimidade especial e na conexão que se presume caracterizar a relação entre mãe e filho. No caso da Gabi, a influenciadora, desde o início do processo de adoção, tem uma postura transparente com os seus seguidores, oferecendo insights sobre os procedimentos necessários e enfatizando a importância de seguir as orientações das autoridades competentes, tornando-se reconhecida quando o assunto é adoção responsável.

Machado et al (2005) explica que a parentalidade e a filiação adotivas são possíveis somente quando há, necessariamente, uma descontinuidade com a família de

origem da criança adotiva. E, independentemente dos motivos da descontinuidade com a família de origem, há uma separação, uma quebra no circuito geracional da criança/adolescente. Para as autoras, a descontinuidade dos vínculos familiares de origem certamente terá efeitos diferentes, dependendo da idade da criança, das condições ambientais primitivas em que a mesma viveu e das experiências emocionais vividas nas relações objetivas primitivas.

Entretanto, os pais adotivos assumem um papel importante na reconstrução da identidade de seus filhos, sendo fundamental para estes a construção simbólica de sua história de vida e das descontinuidades oferecidas pela família de origem. A adoção, para as crianças, significa ter uma nova história, porém, ao mesmo tempo em que oferece esperança, demarca perda e separação, principalmente no caso de crianças maiores que passaram por abrigos (Peiter, 2011; Schettini Filho, 2009). No caso da adoção de crianças negras, apesar dos avanços no âmbito legal, social e psicológico, os entraves começam pelas exigências feitas pelos pretendentes, porque a maioria dos candidatos a pais por adoção demonstram maior disponibilidade para recém-nascidos, do sexo feminino e de cor de pele branca (Ebrahim, 2001). O paradoxo é que os acolhidos, cujos pais biológicos foram destituídos do poder familiar, são em sua maioria meninos, com mais de cinco anos e cor de pele parda ou negra.

Figura 29 -Gabi de Oliveira e os filhos



Fonte: Plataforma Instagram

Neste contexto, de acordo com Amim e Menandro (2007), há uma probabilidade considerável de a criança ser rejeitada, principalmente quando esta possui a cor de pele diferente do que dos candidatos a pais por adoção. O racismo atua aqui como fator limitador da adoção:

Pretendentes a pais por adoção percebem a criança com cor de pele negra de forma preconceituosa, ou seja, veem nela atributos pessoais que se distanciam muito do padrão de criança idealizado e valorizado pela sociedade, além de outras características fenotípicas associadas à beleza, saúde e inteligência, como por exemplo, a cor da pele branca ou mais clara” (Botelho, 2018, p. 217).

Ainda sobre parentalidade negra, de acordo com um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV), houve um aumento significativo no número de mães solteiras no Brasil, ao longo da última década. Entre 2012 e 2022, esse contingente cresceu em 1,7 milhão, com 90% delas sendo mães negras. No país, cerca de 11 milhões de mulheres estão criando seus filhos e

filhas sem a presença de um parceiro. Dessas mulheres, 72,4% enfrentam a jornada da maternidade sem uma rede de apoio próxima e as mães solo constituem aproximadamente 15% dos lares brasileiros, sendo a maioria localizada nas regiões Norte e Nordeste.

A pesquisa também indica que 31% das mães solteiras negras, com filhos de várias idades, estão fora do mercado de trabalho; esse número sobe para 34,6% entre aquelas que têm filhos de até cinco anos. Em comparação, o percentual de mães solteiras brancas e asiáticas fora do mercado de trabalho é de 26,6% e 27,5%, respectivamente. Isso demonstra que o fator étnico-racial tem uma importância significativa na construção das desigualdades sociais no Brasil. Há duas questões que hooks (2020) elege como reflexões para o movimento feminista do futuro relacionadas aos cuidados infantis: “o direito das crianças a um cuidado parental efetivo, assumido ou pelos pais e mães ou por outros cuidadores, e a reestruturação da sociedade a fim de que as mulheres não sejam as únicas provedoras desse cuidado” (hooks, 2020, p. 204).

Para a autora, a parentalidade pode ser considerada como revolucionária quando se trata de pessoas negras, por ser coletiva. Primeiro, porque nunca foi um “problema”, como apresentado pelas feministas brancas (isolamento doméstico, dependência emocional e econômica), para as mulheres negras ingressarem no mercado de trabalho, já que sempre trabalharam. Ao contrário, segundo a autora, as mulheres negras sempre reivindicaram mais tempo para desfrutar da família e contaram com a ajuda da comunidade, da vizinhança, no cuidado com os filhos. A estratégia eficaz para combater o isolamento familiar seria estabelecer creches comunitárias nas proximidades das comunidades locais para que o cuidado infantil possa ser compartilhado com outros cuidadores, incluindo pessoas que não são da família. Esse modelo de parentalidade desafia as normas sociais ao questionar a ideia de que os pais, especialmente as mães, devem ser as únicas responsáveis pelo cuidado das crianças:

Todos devem estar dispostos a aceitar que a parentalidade isolada, exercida por mulheres ou homens, não é a melhor forma de cuidar de crianças e de ser feliz como mãe ou pai. E como as mulheres exercem a maior parte da parentalidade em nossa sociedade, não havendo sinais de que essa situação irá mudar nos próximos anos, é preciso uma reorganização feminista em torno da questão do cuidado infantil. É preciso não estigmatizar os pais solteiros, mas enfatizar a necessidade de uma parentalidade coletiva.(...) As teóricas feministas que frisam as dificuldades de as mães solo, que destacam a necessidade de uma divisão igualitária entre homens e mulheres nos cuidados parentais, geralmente vivem em famílias em que o pai é presente. Isso faz com que elas ignorem o fato de que esse tipo de parentalidade não é uma opção para muitas mulheres (embora possa ser a melhor base de apoio

social para se criar um filho). Essa estrutura social podia se tornar acessível em creches e escolas públicas fixadas nas comunidades locais, com homens e mulheres partilhando de maneira equitativa os cuidados infantis (hooks, 2020, p. 212).

Trata-se da disponibilidade de todos na partilha pelo cuidado e na criação dos filhos, somada a uma proposta de reorganização social em torno das questões com os cuidados infantis que garanta que as crianças cresçam na melhor estrutura de apoio social possível. Isso pode ser feito por meio de ambientes sociais coletivos de qualidade para o exercício da parentalidade. Essa ideia de pacto coletivo em torno das crianças não é recente, e remete aos costumes africanos e indígenas.

A última particularidade apresentada dentro da constelação que tem como conceito-chave a autodefinição tem a ver, justamente, com pactos coletivos tácitos em torno da negritude. Aqui, a individualidade, que é centro do sistema econômico neoliberal, é substituída, mesmo em plataformas online (símbolo desse sistema econômico), pela força do coletivo presente no compartilhamento de referências negras. Aqui, vale lembrar que, historicamente, foi negado aos negros a própria existência, e o espelho possível – o ideal social – é o branco. Essa hierarquização étnico-racial gera um sentimento de inferioridade no sujeito, que busca seu reconhecimento a partir de um lugar que lhe é estranho e negado. É dessa dinâmica de dominação, imposta pelas estruturas e relações racistas, que emerge o sujeito colonizado, desconectado de si mesmo, de sua própria história e cultura (Fanon, 2008).

A valorização da cultura eurocêntrica é reforçada pela desvalorização das culturas com raízes africanas, ou até mesmo pela completa desconsideração cultural dos povos colonizados, sugerindo falta de civilização. O comum é a autodepreciação e o auto-ódio, mesmo dentro de comunidades negras, com relatos sobre as estratégias que existem para se adequar à cultura branca, mesmo que, simbolicamente, seja por meio da linguagem, vestimenta, entre outros. Entretanto, na contramão desse pensamento, hooks, em seu livro *Olhares Negros: raça e representações* (2020), entende que amar a negritude é um ato de resistência política. A autora constrói o seu argumento enfatizando que esse movimento feito pelos negros é perigoso e ameaçador em uma cultura supremacista branca, porque abre uma brecha na ordem social cristalizada e põe em xeque a integração racial que mantém os sistemas da supremacia branca intactos. Romper com esses sistemas passa por mudanças de atitude culturais, que incluem escolher valorizar, até mesmo amar, a negritude ao invés de desvalorizá-la.

No caso da influenciadora Gabi de Oliveira isso é feito ao longo do seu perfil e desde o surgimento. Gabi compartilha referências negras não só relacionadas à estética, mas também divulga atores, atrizes, entrevistas e toda a potencialidade do universo negro, de forma a assumir a responsabilidade de ajudar outras pessoas negras a descolonizar seus pensamentos afastando-se de referências ligadas a branquitude e trazendo referências negras para suas publicações, conforme vemos na figura 30. Gabi de Pretas fala também de um lugar duplamente profissional. Além de influenciadora, ela tem formação em Relações Públicas na UERJ. Importante destacar esse fato, porque está diretamente ligado aos filtros e aos tipos de conteúdo e publicidade que a influenciadora é vinculada. Parte-se, então, do entendimento que a influenciadora não é leiga, no que se refere aos processos comunicacionais. Ao contrário, ela utiliza a sua *expertise* para fortalecer o seu vínculo com os seguidores baseado no critério de confiabilidade e coloca referências negras no centro dessas trocas.

Figura 30 - Gabi de Oliveira e as referências negras



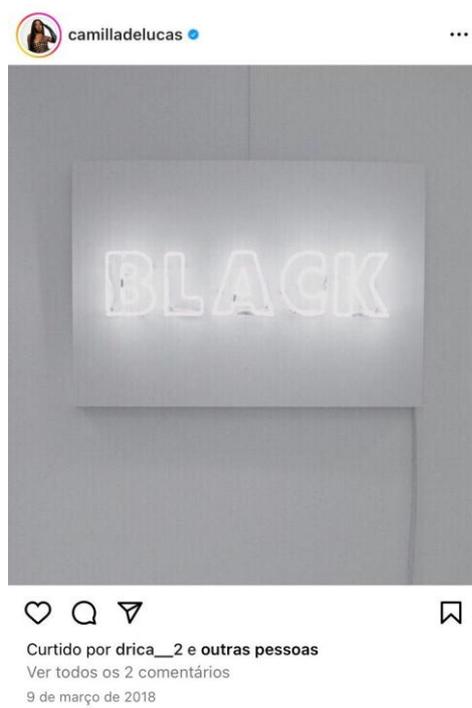


Fonte: Plataforma Instagram

O que era considerado feio, sujo, burro, inferior pela cultura de dominação, baseada na autonegação, é transformado em resistência política. A maquiagem, por exemplo, para mulheres negras, principalmente retintas, por muito tempo representou um problema, porque não havia produtos para tons de pele mais escuros, produzidos nacionalmente, mesmo o Brasil tendo 54% da população negra, conforme IBGE. Pinheiro et al. (2019) relembra, embora a maquiagem tenha suas origens nas práticas das antigas civilizações africanas – como no antigo Egito –, que sua moderna concepção e aplicação industrial e científica foram voltadas predominantemente para a pele branca, influenciadas pelos padrões europeus de colonialidade. Nesse contexto, as mulheres negras enfrentam em diversas frentes (cabelo, pele, corpo, entre outras) a negação da beleza, resultando em processos internos de autonegação. Para hooks (2020), enquanto as pessoas negras forem ensinadas a renegar sua negritude, o racismo internalizado continuará corroendo a luta coletiva pela autodefinição.

Na Figura 31, a publicação de Camilla de Lucas, que traz a palavra “Black”, mostra que a influenciadora, mesmo em um ambiente predominantemente branco, rompe com o pensamento supremacista branco, ao enfatizar para si (e para os seus seguidores) sua cor, cultura, traços e modos.

Figura 31 - Camilla de Lucas e as referências negras



Fonte: Plataforma Instagram

Podemos dizer, em consonância com Souza Santos (2021), que a descoberta de ser negra não é uma constatação tão óbvia:

Saber-se negra é viver a experiência de ter sido massacrada em sua identidade, confundida em suas perspectivas, submetida a exigências, compelida a expectativas alienadas. Mas é também, e sobretudo, a experiência de comprometer-se a resgatar sua história e recriar-se em suas potencialidades (Souza Santos, 2021, p.46)

De forma semelhante à Camilla, Nátaly Neri também constrói o seu perfil considerando a experiência coletiva negra. Na publicação feita pela influenciadora, a referência que ela traz é à cantora Liniker, e aqui evocamos Gilroy (2012) que, para construir a ideia diaspórica do Atlântico Negro, entende a música como registro das experiências históricas negras marginais no Ocidente, e que fornecem alternativas de historicização do passado e do presente. Para o autor, os afrodescendentes em diáspora precisam de uma ampliação do conceito de arquivo, visto que o texto não pode ser o único a controlar as interpretações dos passados das pessoas que foram marginalizadas e consideradas "povos sem história":

Quando eu era criança e adolescente, sendo criado em Londres, a música negra me fornecia um meio de ganhar proximidade com as fontes de sentimento a partir das quais nossas concepções locais de negritude eram

montadas. O Caribe, a África, a América Latina e sobretudo a América negra contribuíram para nosso sentido vivo de eu racial. O contexto urbano no qual essas formas eram encontradas cimentavam seu apelo estilístico e facilitavam seu estímulo à nossa identificação. Eram importantes também como fonte para os discursos da negritude com os quais balizávamos nossas lutas e experiências. (Gilroy, 2012, p. 220)

Dito em outras palavras, os negros em diáspora são culturalmente híbridos e estão em constante transformação, não são apenas moldadas pela memória do trauma inicial da escravidão e pelas experiências subsequentes de violência racial e racismo. Há também uma profunda experiência de deslocamento e uma constante transformação cultural. Segundo Gilroy (2012), a música desempenha um papel fundamental como meio de registrar, recuperar, expressar e criticar a história, buscando uma historicidade independente para a comunidade negra sob uma perspectiva diaspórica. Nesse sentido, a artista evocada por Nátaly, Liniker, é uma cantora, compositora, atriz e artista visual brasileira trans, que compõe e canta canções dos gêneros *soul* e *black music*, conforme figura 32.

Figura 32 -Nátaly Neri e as referências negras



Fonte: Plataforma Instagram

Atenta-se, aqui, para o conceito de irmandade utilizado pela influenciadora ao se referir à cantora. hooks (2019) aponta a irmandade como uma solidariedade política entre as mulheres, já que somos educadas dentro de uma sociedade machista e sexista para odiarmos umas às outras, consciente e inconscientemente, com a intenção de manutenção do *status quo*. Trata-se da conexão pelas experiências partilhadas por mulheres, e não pela opressão comum. A ressalva é importante, porque o termo “irmandade” foi utilizado pelo movimento feminista branco para esconder que muitas mulheres exploram e oprimem outras mulheres em alianças seletivas.

hooks aponta que mulheres que enfrentam exploração e opressão diárias não podem deixar de acreditar em sua capacidade de exercer algum controle, mesmo que limitado, sobre suas vidas. É importante que não se vejam apenas como vítimas, pois sua sobrevivência depende do constante exercício de seus próprios poderes, quaisquer que sejam. Para elas, seria psicologicamente devastador se unir a outras mulheres apenas por meio da identificação com o papel de vítima. Em vez disso, elas se unem com base no compartilhamento de suas forças e recursos, fortalecendo-se mutuamente. Assim, se constrói a autodefinição. O tópico a seguir é destinado ao gráfico da coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”, construído até aqui.

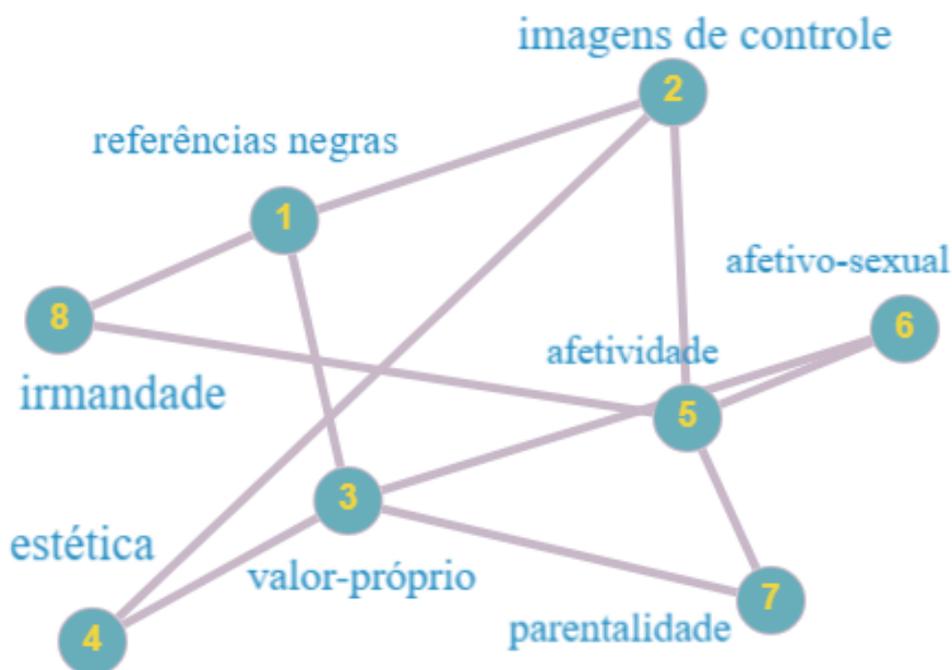
4.3.1 -Gráfico da coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”

Aceitar-se negra. Autodefinir-se negra não apenas considerando as teorias dos estudos de negritude (que são fundamentais e importantes nesse processo), mas como algo relacionado a escolhas diárias que carregam o letramento racial (Schucman, 2022). Isso implica observar as medidas concretas adotadas pelas influenciadoras digitais para desafiar o racismo, consciente ou inconscientemente, e contribuir para a autodefinição e, em última análise, para promoção da equidade racial. Ao estudá-las, é possível compreender suas jornadas, como enfrentam desafios, superam estereótipos e estabelecem conexões com seus públicos.

Foi possível observar a autodefinição em ação, viva, capaz de produzir espaços de resistências, diálogo e/ou conflitos, considerando que tais espaços também são atravessados pelo neoliberalismo, pelo peso histórico e pelas dinâmicas dos mercados de *marketing* e plataformas. Olhá-las permitiu perceber quais são as estratégias utilizadas por mulheres negras não só para manter-se nesses espaços, mas também para transformá-los em lugares de resistências. Esses espaços vêm sendo construídos desde a

constituição dos quilombos, em que os negros lutavam para serem sujeitos políticos, combatendo o processo de desumanização do povo negro. No gráfico abaixo (Figura 33), podemos observar como os aspectos analisados aparecem na constelação:

Figura 33 -Gráfico da coleção “Mulheres negras, autodefinição e construção de si”



Fonte: Figura produzida pela autora desta tese

As influenciadoras negras analisadas nesta tese, ao ocuparem lugares predominantemente brancos, criam, conforme apresentado no tópico anterior, estratégias de autodefinição que desafiam as imagens de controle (Collins, 2019), e tem como base a estética, a afetividade, a irmandade, a parentalidade, as referências negras e o valor-próprio se interconectando entre si e formando o que hooks (2019) vai nomear de “amor a negritude”. O processo ocorre na medida em que o ideal branco é rejeitado e os valores negros e as particularidades de sermos afrodescendentes em diáspora são entendidos como base na construção de si.

Discutimos questões relacionada aos modos de existência dos corpos negros no mundo e olharemos para formas variadas de opressões e resistências mesmo em ambiente online. Conforme argumentado por Sodré (2017), compreendemos aqui que a

Comunicação implica uma interação mútua entre os agentes envolvidos, a linguagem empregada, os dispositivos utilizados e o contexto circundante, e isso é feito ao analisarmos as influenciadoras negras e sua relação com o mundo, os significados gerados, a configuração dessas interações em um contexto mais amplo, considerando as mudanças ao longo do tempo. Desta forma, fica explícito que há diferença entre ser uma influenciadora branca, amparada por todo um sistema social, e uma influenciadora negra.

Mesmo Camilla de Lucas, que teve seus vídeos popularizados em 2020 e, em pouco tempo, tornando-se um fenômeno online que figurava entre as personalidades negras mais influentes da internet brasileira, ainda encontra barreiras para ocupar esse espaço. E isso que, após o sucesso em 2020, ela passou a ser agenciada pela Mynd 8, participou do *reality show* Big Brother Brasil, finalizando em segundo lugar, estampou capas de revistas como Glamour, Elle Brasil, mas ainda assim enfrenta barreiras como o racismo e ataques on-line como será apresentado mais à frente na coleção “Mulheres negras: margem e centro”. A autodefinição foi uma escolha da influenciadora, e também de Gabi Oliveira e Nátaly Neri, desde as suas primeiras publicações online, e esses são movimentos, capazes de produzir desvios sociais, que corroboram a ideia de que a resistência negra chega em diferentes espaços, como os ambientes inseridos em plataformas, cujo objetivo é o lucro.

Nesse contexto, Steele (2018) destaca que os espaços digitais podem se tornar locais de comunicação oral que auxiliam na formação de públicos alternativos pelos negros, usados para criticar a cultura dominante, fomentar a resistência e desenvolver o discurso contra hegemônico. Óbvio que esses discursos não se dão a partir de ideias essencialistas sobre os negros, que negam a existência de diferenças entre suas culturas, perspectivas e vidas, mas focam no diálogo diaspórico digital negro, que é contornado pelas conexões e pontos em comum e também pelas desconexões.

A autodefinição, portanto, se apresenta como ponto-chave para a construção de uma automarca (ou marca pessoal) pelas influenciadoras apresentadas neste trabalho. Corroborando com o que Lorde (2020) afirma:

Para as mulheres negras, assim como para os homens negros, é evidente que, se nós não nos definirmos, seremos definidos pelos outros - para proveito deles e nosso prejuízo. O avanço de mulheres negras que se definem sob suas próprias condições, prontas para explorar e buscar o nosso poder e os nossos interesses dentro das nossas comunidades, é um componente vital na guerra pela libertação dos negros. (...) Quando as mulheres negras neste país se unirem para examinar nossas forças e nossas alianças, e para reconhecer os interesses sociais, culturais, emocionais e políticos que temos em comum,

ocorrerá um avanço que só tem a contribuir para o poder da comunidade negra como um todo. Certamente, nunca nos diminuiria. Pois é por meio da união de indivíduos auto realizados, mulheres e homens, que quaisquer progressos reais podem ser feitos (Lorde, 2019, p.58).

Dito de outra forma, a ação de mulheres negras que se afirmarem e se definirem dentro de suas próprias comunidades, impulsiona o progresso coletivo da comunidade negra. A ação é individual, mas o retorno é coletivo, sobretudo, em ambientes em que esses comportamentos são potencializados pela influência digital. Carter (2016) aponta para uma probabilidade significativa de o influenciador ser um líder de opinião no domínio de sua especialidade e, para obter experiência em um determinado domínio, a criação de uma identidade autêntica é fundamental na definição de influenciadores (Carter 2016; Marwick e Boyd 2011). Temos, então, que o alcance de uma influenciadora é definido pela sua base substancial de seguidores, o que resulta em um amplo alcance secundário por meio desses seguidores. Mesmo um influenciador com um número menor de seguidores pode ser muito influente se atuar como uma ponte entre comunidades importantes (Carter, 2016).

E isso é algo que observamos nas três influenciadoras que estamos analisando. A relação delas com os seguidores ganha força na medida em que elas se unem coletivamente, conforme figura abaixo (Figura 34). As influenciadoras se conhecem entre si, há trabalhos juntos e, minimamente, uma relação significativa de troca. hooks (2019b) lembra que os espaços ocupados por mulheres negras fora das comunidades de origem, predominantemente espaços brancos, são mais arriscados por haver a possibilidade de tratar umas às outras como adversárias. A competição e a falta de solidariedade entre mulheres nessas situações também podem surgir devido às pressões sociais e à escassez percebida de oportunidades.

Entretanto, a autora defende que, no contexto patriarcal supremacista branco, esse gesto como o das influenciadoras, que é tratar-se entre si com respeito, é um ato de resistência política porque vai de encontro à ideia que embates públicos de pessoas racializadas servem para entreter pessoas brancas. Para hooks (2019b), esse é um indício que racismo internalizado, que faria pessoas negras agirem de modo a prejudicar umas às outras, de alguma forma foi rejeitado: “A solidariedade feminista entre mulheres negras deve ser construída de uma maneira que nos permita nos engajar em críticas significativas e trocas intelectuais rigorosas, sem fazer críticas destrutivas ou contestar as outras de forma brutal” (hooks, 2019b, p.195). A iniciativa da postagem foi

da Rede Internacional de Feminismos (@planetaella) em resposta a edição número 117 da Forbes Brasil, já apresentada nesta tese, que trouxe a primeira Lista Forbes Top Creators Brasil sem nenhuma pessoa negra.

Figura 34 -Publicação do perfil @planetaella



Plataforma Instagram

Outra percepção válida diz respeito às particularidades de cada uma das três influenciadoras negras. Apesar de a negritude e o gênero estarem presentes em todos os perfis, cada uma traz um aspecto específico que ora dialoga com questões amplas comuns a todos, ora voltam-se a contextos específicos. Nesse caminho, é preciso atentar também ao incômodo causado por essas vozes negras, ao reivindicar o direito de ter voz e o direito à própria vida. Irão surgir mecanismos para silenciar essas vozes e é importante entendê-los como parte do processo de repressão já que desestabilizar a norma é visto como agressivo. Daí, a importância de se romper as hierarquias instituídas pelos discursos autorizados e por isso, a necessidade de entender como ocorre o movimento de autodeterminação e resistência online.

Daniels (2013), ao tratar sobre raça e meios digitais, considera a Internet um local de luta política sobre significado, conhecimento e valores raciais, intimamente ligados a uma política de representação com laços no colonialismo. A autora questiona visões dicotômicas que conceituam as relações étnico-raciais como uma variável causal, desligada do contexto, com uma retórica incapacitante das pessoas racializadas e que

termina por reafirmar, silenciosamente, a branquitude como norma. Afastar-se do contexto social e racial, para Daniels (2013), faz com que as pesquisas de raça e Internet observem os fenômenos de forma isolada, mantendo de fora visões mais estruturais e/ou institucionais. De forma mais profunda e reflexiva, na Figura 34, temos o conceito de quilombamento (Abdias Nascimento, 2016; Beatriz Nascimento, 2018), destacando sua relevância na compreensão das estratégias de resistência cultural afrodiáspórica.

O movimento em resposta a publicação da Forbes ressalta a manifestação do ideal quilombista na vida e na identidade afro-brasileira, mesmo diante das tentativas de repressão das estruturas sociais dominantes. Além disso, a publicação destaca a capacidade dos negros de se apropriarem dos mecanismos concedidos pela sociedade dominante para subvertê-los em formas de resistência. Esse processo evidencia uma utilização estratégica das ferramentas disponíveis para desafiar as estruturas de poder estabelecidas.

Ao contextualizar o momento histórico presente como um espaço de significados abertos, o “agir quilombola” (Abdias Nascimento, 2016; Beatriz Nascimento, 2018) reconhece a persistência dos efeitos do passado colonial, que coexistem com formas emergentes de existência no mundo contemporâneo. Essa coexistência é caracterizada por uma constante negociação entre o velho e o novo, o conservador e o progressista, o tradicional e o inovador, que ocorre tanto de maneira gradual quanto por meio do agravamento de conflitos. Temos, então, que a dimensão social e cultural é um campo de disputas e embates simbólicos, onde a resistência se configura como uma empreitada coletiva e essa perspectiva ressalta a importância da luta contra as estruturas de opressão e a busca por formas de existência mais justas e igualitárias.

Soma-se a isso, o fato de as influenciadoras em conjunto terem acesso a seguidores difíceis de alcançar ou a públicos de nicho, já que reúnem seguidores com interesses compartilhados (Enke e Borchers, 2019). Nesse sentido, é crucial observá-las como formadoras de opinião, cujas ações são valorizadas por muitos (Lin, Bruning e Swarna, 2018) e isso será detalhado no tópico seguinte em que a publicidade ganha um aspecto central na coleção “Mulheres negras: margem e centro”.

4.4 - Coleção “Mulheres negras: margem e centro”

A segunda constelação, também fruto do acompanhamento intuitivo das publicações selecionadas nos três perfis, tem como conceito-chave a ideia de margem e centro (hooks, 2019) e os seguintes pontos relevantes: publicidade e violências. Iniciamos lembrando que as experiências e as vozes de mulheres negras sempre estiveram à margem não só da sociedade, mas também da história da teoria feminista dominante, criada por mulheres brancas. hooks (2019) reposiciona esse pensamento ao dar visibilidade às demandas de mulheres negras, e ao questionar a maneira como as mulheres negras e marginalizadas não são ouvidas, sendo historicamente ignoradas. Os conceitos de margem e centro (hooks, 2019) colocam luz nas dinâmicas de poder e marginalização na sociedade.

A dicotomia entre margem e centro ocorre na medida em que o centro representa as forças hegemônicas que estabelecem padrões éticos, políticos e estéticos eurocêntricos. Por outro lado, a margem engloba expressões que não se alinham com o centro, e é nesse espaço que se encontram manifestações culturais de grupos étnicos e de gênero oprimidos, como negros e mulheres. Essa dinâmica pode ser compreendida como resultado da marginalização imposta ao negro pela escravidão e à mulher pelo sexismo. Parte-se do entendimento que as mulheres negras foram sistematicamente relegadas às margens da sociedade, e fazer parte da margem implica pertencer ao todo, mas estar fora do centro principal (hooks, 2019).

Dito de outra forma, as mulheres negras são reconhecidas como parte da sociedade, mas sem acesso igualitário aos recursos, oportunidades e poder. Compreende-se que na fronteira simbólica que separa esses dois espaços impõe-se o silenciamento aos sujeitos à margem, e ultrapassar essa fronteira significa quebrar o silêncio imposto, tornando-se uma forma de resistência. Para hooks (2019), entender as experiências das pessoas à margem é um passo significativo para desafiar as estruturas de poder dominantes, além de desenvolver uma consciência crítica.

No caso das influenciadoras negras, decidimos olhar a quebra desses silêncios em dois momentos em que há como padrão a atuação dessas forças hegemônicas: publicidade e violências. A ressalva é que os contratos aceitos são escolhas pessoais, e fazem parte da construção da automarca de cada influenciadora. Isso quer dizer que, da mesma forma que as marcas escolhem personalidades para se associar, as

influenciadoras também, logo podemos falar aqui de uma linha editorial em cada perfil. Além disso, nas nossas análises preliminares, notamos que as publicidades estão mais concentradas nos stories, que tem caráter volúvel e não fazem parte do escopo desta pesquisa.

Iniciaremos com as análises das publicidades de Gabi de Oliveira (Figuras 35 e 36). A influenciadora faz publicidade de produtos de pele e cabelo, acentuando as dinâmicas desses perfis que são voltados para nichos e públicos específicos, já que foi assim que o canal no YouTube ganhou popularidade. Entretanto, mesmo fazendo publicidade de grandes marcas (ocupando o centro), ela é lembrada, por meio dos produtos, que fazem parte da margem. São produtos específicos para cabelo e pele negra. Não há, dentro do nosso recorte de publicações, nenhuma publicidade de produtos de beleza que sirvam para o público em geral.

Figura 35 -Gabi de Oliveira e a publicidade da Seda



Fonte: Plataforma Instagram

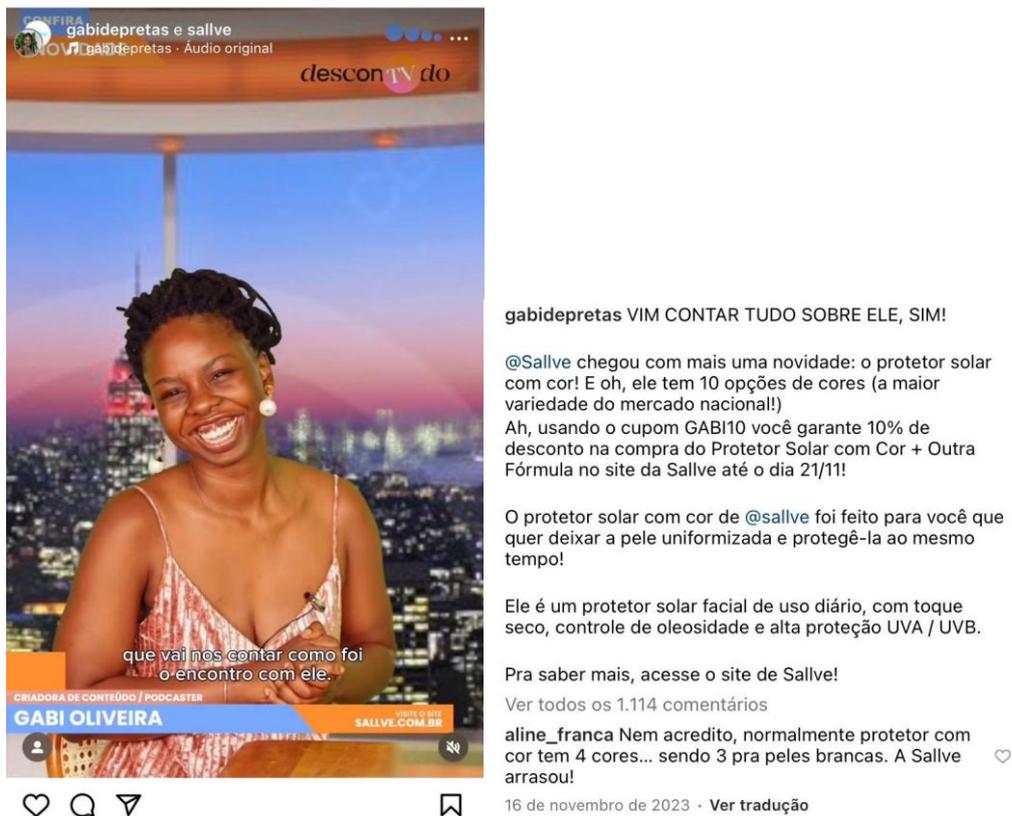
Figura 36 -Gabi de Oliveira e a publicidade da Sallve



Fonte: Plataforma Instagram

Neste ponto, a atenção vai para a continuidade em ter a marca Sallve, desde a fundação, como parceira da influenciadora. Quatro anos depois, a empresa continua trabalhando com a Gabi, conforme imagem abaixo:

Figura 37 -Gabi de Oliveira e a publicidade da Sallve em 2023



Fonte: Plataforma Instagram

Na proposta de contemplar as minorias, Gabi também faz publicidade de uma cerveja feita por mulheres (figura 38), no Dia Internacional da Mulher, e com enfoque no empoderamento feminino. Temos aqui um paradoxo, visto na imagem, que é a ideia neoliberal de que as mulheres têm força para enfrentar qualquer desafio, entretanto não se considera o sistema ao qual ela se encontra inserida, em que por vezes, não basta ter força. Aqui, temos o paradoxo que é viver em um contexto neoliberal sendo um corpo negro em que pautas coletivas também servem de discurso para embasar empreendimento empresarial.

Figura 38 -Gabi de Oliveira e a publicidade de cerveja produzida por mulheres



gabidepretas Nesse mês, onde é comemorado o Dia Internacional da Mulher, a @cervejablackprincess nos convida a degustar o nosso dia de um jeito diferente!

Hoje venho apresentar pra vocês a Black Princess Strong Golden Female! Toda sua produção, da brassagem ao rótulo, foi feita por mulheres!

Essa edição especial vem para nos lembrar de celebrarmos a nossa força e das outras mulheres que nos cercam! Um brinde a todas nós!

#StrongFemale
#BebaComSabedoria
*publicidade

Ver todos os 537 comentários

jelimaa20 Eu amoo essa breja, todaaas e estou louca p experimentar essa feita por mulheres 🍷🔥

17 de março de 2023 · Ver tradução

Fonte: Plataforma Instagram

A última publicidade de Gabi de Oliveira (Figura 39), presente no escopo desta tese, também está associada ao empoderamento feminino e a uma prática bastante difundida nas redes sociais que é o “faça você mesmo”. Trata-se de realizar qualquer atividade de criação ou reparação sem o auxílio de profissionais; e a dinâmica, por meio da disputa realizada no YouTube da marca, aponta para estratégias de engajamento do público.

Tanto o post sobre a cerveja (Figura 38) quanto o post para a Leroy Merlin (Figura 39) não tem como foco central da publicidade as relações étnico-raciais, mas mesmo assim, de forma interseccional, a publicação traz o gênero como componente importante que afasta as mulheres negras das imagens de controle (Coolins,2019).

Figura 39 -Gabi de Oliveira e a publicidade de Home Center



Fonte: Plataforma Instagram

Essas identidades cruzadas online (que incluem origens raciais, classe, gênero, sexualidade, religião e outras identidades e experiências) podem contribuir para impactos mais amplos. Imagens com a participação e representação de mulheres negras, não apenas reconhece suas lutas, mas também vai de encontro às narrativas hegemônicas, mostrando que a prática pode informar a teoria e a teoria informa as melhores práticas na organização de comunidades online e offline (Cho et al, 2013). A mídia social não é o movimento em si, mas oferece um meio para romper práticas em que a velocidade/viralidade aumentam o poder criativo e o potencial para afetar a mudança social (Tynes et al, 2016).

Na mesma linha que Gabi de Oliveira, Nátaly Neri segue uma linha editorial de publicidades que dialogam com os valores descritos na sua biografia. Moda de brechó, veganismo, e suas próprias produções como o documentário produzido em 2018, em conjunto com a produtora Gleba do Pêssego, e intitulado *Negritudes Brasileiras* (Figura 40) são a base para as suas publicações. Antes de olharmos para as publicidades feitas em parceria com outras empresas, vamos entendê-la também como produtora de sua automarca centrada nas relações étnico-raciais.

Figura 40 - Nátaly Neri durante o lançamento do documentário “Negritudes Brasileiras”, em 2018



Fonte: Plataforma Instagram

O documentário, que foi lançado no mês de novembro de 2018 em referência ao Dia da Consciência Negra, teve o apoio dos profissionais audiovisuais do grupo Gleba do Pêssego, composto por jovens negros e LGBTQ+ das periferias de São Paulo. Trata-se de uma produção didática que aborda não apenas a história do Brasil e nossa formação como nação, mas também questões étnico-raciais que continuam a ser desafios sociais até hoje. Em "Negritudes Brasileiras", mulheres e especialistas negros compartilham suas experiências e conhecimento, por meio de depoimentos, que explora como as questões raciais se desenvolveram no Brasil, desde o período da escravidão, passando pela miscigenação associada à valorização do branqueamento social, o colorismo e a construção de identidades ao longo da história do país, até chegar ao mito da democracia racial, à diversidade da negritude e às vivências do que significa ser negro no Brasil contemporâneo.

O destaque para os relatos de mulheres negras no filme está intimamente ligado à postura politicamente feminista da Nátaly Neri e foi fundamental para que o filme alcance níveis de discussão que somente as experiências dessas mulheres negras, representantes da parcela mais vulnerável da sociedade, são capazes de proporcionar. Aqui, a ideia de aquilombamento (Abdias Nascimento, 2016; Beatriz Nascimento, 2018) está presente no documentário em si e na produção do material executado apenas por pessoas negras. O trabalho foi fruto de uma parceria entre os embaixadores do Programa *Creators for Change*, do YouTube Brasil, para o fomento de produções audiovisuais que tenham impactos sociais na plataforma. A influenciadora, ao lado de mais 49 embaixadores/youtubers do mundo todo, mostrou a utilização das brechas nesses espaços plataformizados e predominantemente brancos. Nesse contexto, Steele (2017) destaca que os espaços digitais podem se tornar locais de comunicação que auxiliam na formação de públicos alternativos pelos negros, usados para criticar a cultura dominante, fomentar a resistência e desenvolver o discurso contra-hegemônico, focando no diálogo diaspórico digital negro que é contornado pelas desconexões e diferenças dos negros e também pelas conexões e pontos em comum (Sobande, 2020).

Quando o assunto é publicidade em parceria com outras empresas, temos que a primeira publicidade de Nátaly Neri é voltada para o afroempreendedorismo (Figura 41). De acordo com Eliane Nascimento (2018), o afroempreendedorismo é um termo que abrange duas definições principais. A primeira definição é representada pelo afroempreendedor, que se autodeclara preto ou pardo e foca na produção e oferta de serviços relacionados à valorização da identidade estética e cultural negra. Isso inclui negócios que promovem a moda afro, produtos de beleza e cuidados capilares voltados para cabelos afro, arte e artesanato inspirados na cultura africana, entre outros. A segunda definição é representada pelo empreendedor negro, que também se autodeclara preto ou pardo, mas que desenvolve seu negócio sem necessariamente fazer referência a algum pertencimento étnico-racial em seus produtos, ou prestação de serviços. A definição é amplamente adotada por empreendedores negros que, por meio de eventos, feiras, rodas de conversa, vídeos, palestras e conteúdo para redes sociais, promovem atividades econômicas de forma vinculada ao ativismo social contra o racismo, mas sem necessariamente fazer essa conexão explícita em seus produtos ou serviços.

Figura 41 -Nátaly Neri e o afroempreendedorismo



Fonte: Plataforma Instagram

No entanto, mesmo essa definição não sendo unânime, Eliane Nascimento (2018) destaca que os afroempreendedores se dedicam às especificidades das necessidades de consumo da população negra, baseada em suas próprias experiências de não encontrar produtos e serviços que atendam às suas características físicas e culturais, conforme as figuras 42 e 43.

Figura 42 -Nátaly Neri aprendendo a fazer sua própria maquiagem



Fonte: Plataforma Instagram

No post, a influenciadora reitera a autodefinição (hooks, 2019c), ao apresentar-se em uma imagem de baixo pra cima, centralizada, cujo o foco é ela mesma. Soma-se a isso, que esse também é um espaço publicitário, voltado ao autocuidado em que a beleza negra é central, conforme apresentado no texto do post. Isso nos remete, mais uma vez, ao rompimento com as imagens de controle de mulheres negras (Collins, 2019), considerando não somente a influenciadora em si, mas também o lugar em que ela aparece, trazendo ao fundo informações de bem-estar e vivências positivas à negritude.

Posto isso, temos que a experiência comum do racismo vivenciada pelos afroempreendedores e por milhares de pessoas negras no Brasil unem-se em um processo de inclusão simbólica do consumidor negro, que anteriormente não era reconhecido como tal, mas agora encontram produto e prestação de serviços que permitem comunicar o negro como sinônimo do belo, do sucesso e da prosperidade contra os estigmas e as narrativas de subalternização, e é isso que os posts da Nátaly expressam (Figuras 42 e 43).

Figura 43 - Nátaly Neri aprendendo a fazer sua própria maquiagem



Fonte: Plataforma Instagram

Nesse ponto, é importante lembrar o que já foi abordado nesta tese, quando Fanon (2020) chama de "complexo inato" a tendência de atribuir comportamentos naturalmente determinados a indivíduos ou grupos com base em sua raça. Essa ideia de que os negros têm certos comportamentos inatos, predefinidos pela sua raça, em contraste com os comportamentos atribuídos aos brancos, é enraizado na história da colonização e do racismo, onde a raça foi usada como uma forma de justificar a inferioridade percebida de certos grupos e a superioridade de outros. Para Fanon (2020), essa dinâmica não só influencia a forma como os outros veem os negros, mas também molda a própria identidade e subjetividade. O autor argumenta que o racismo precede a formação da subjetividade e, portanto, afeta todos os aspectos da vida de uma pessoa negra, desde suas experiências cotidianas até suas aspirações profissionais. Essa análise de Fanon (2020) destaca a complexidade das interações entre raça e sociedade, e ressalta a necessidade de reconhecer e combater os preconceitos e estereótipos arraigados que perpetuam essas dinâmicas de marginalização e discriminação.

Há, aqui, a possibilidade de os macroinfluenciadores (Campbell e Farrell, 2020), em especial aqueles que falam para públicos específicos, criarem comunicações de nicho com seus seguidores em direção às marcas nas plataformas online como Facebook, YouTube e Instagram, etc., e também comunicações com os profissionais de

marketing que usam os influenciadores na estratégia de segmentação de consumidores. Assim, a tarefa desafiadora para os profissionais de marketing é encontrar influenciadores relevantes para o público-alvo selecionado, e que possam levar a história da marca adiante, enquanto se conectam intimamente com os seguidores (Chopra et al, 2021).

Entretanto, a influenciadora não trabalha apenas com produção natural de maquiagem e marcas aforcentradas. Nátaly, em 2018, também foi para o SXSW, em Austin, no Texas, produzir conteúdo para a empresa de cosméticos Natura (figura 44). O festival de inovação e criatividade reúne pessoas dos mais variados setores para abordar assuntos como Tecnologia, Inteligência Artificial, Mundo do Trabalho, Negócios, Música, Entretenimento, Educação e Moda.

Figura 44 -Nátaly Neri no SXSW, em Austin, no Texas





Fonte: Plataforma Instagram

Há, aqui, um paradoxo entre a influenciadora fazer um esforço de colocar o corpo negro dentro de espaços de visibilidade, para além dela, deixando explicitado que uma mulher negra num evento internacional de beleza é algo que, sim, deve ser normalizado, e a mercantilização da 'negritude'. Esse último, apontado por Johnson, et al, (2019) ocorre, e os diversos espaços digitais (Youtube, Instagram, Twitter, entre outros) tornam-se cada vez mais uma proposta comercial interessante para fabricantes de produtos e empresas, principalmente como o desejo de comercializar para nichos específicos.

Em 2018, Nátaly Neri já ocupava, entre as influenciadoras, um lugar de destaque, e tinha um público considerável quando o tema era sustentabilidade. A empresa Natura, no seu site, deixa claro o interesse pelo tema: “Acreditamos na inovação como um dos pilares para gerar impacto positivo e alcançar um modelo de desenvolvimento sustentável. Buscamos criar valor para a sociedade como um todo, gerando resultados integrados nas dimensões social, econômica e ambiental”. Presente em sete países da América Latina, além de França, Estados Unidos e Malásia, a rede tem 6,9 mil colaboradores e 2 milhões de consultoras e consultores, além de fornecedores e parceiros. A atitude é comum no capitalismo e funciona, em último grau, no esvaziamento de conceitos e pautas caras às minorias.

Por fim, as últimas publicidades dentro do nosso escopo de análise da influenciadora Nátaly Neri é uma série de publicações referentes a sua própria

participação como jurada na quinta edição do *reality show* brasileiro *Corrida das Blogueira* (figura 45), criado pelos *youtubers* e influenciadores digitais Eduardo Camargo e Filipe Oliveira (Edu e Fih), do canal Diva Depressão, e produzido pela DiaTV. Nesse ponto, a criação da automarca ultrapassa o Instagram e nos mostra como essas influenciadoras estão inseridas no ecossistema de plataformas (Van Dijk et.al 2018), por meio da programação no *YouTube*. O objetivo é encontrar a próxima grande blogueira do Brasil.

Figura 45 -Nátaly Neri divulgando Corrida das Blogueiras



O *reality* é uma homenagem satírica ao fenômeno americano RuPaul's Drag Race, adaptando o formato para influenciadores digitais. Edu e Fih lideram o programa, que consiste em desafios semanais onde os competidores demonstram suas habilidades em montar looks, produzir conteúdo para redes sociais, editar vídeos e realizar publicidades. O principal desafio é uma prova que pode ser individual ou em grupo, oferecendo vantagens para o vencedor no próximo episódio.

Nátaly Neri participou da banca de jurados e avaliou o desempenho dos participantes, auxiliando na decisão final dos apresentadores. Após a avaliação, os participantes, com as performances consideradas mais fracas, enfrentam o "FLOP da semana", onde realizam um mini desafio para decidir quem continua na competição e quem é eliminado. A Figura 45 traz as produções da influenciadora durante o *reality*.

No caso da Camilla de Lucas, para melhor compreensão da dinâmica estabelecidas entre a influenciadora e as publicidades expostas no seu perfil, decidimos dividir o perfil da influenciadora em fases que nomeamos de: a) **amadora**: nesta fase, as publicações são de produção própria, sem vínculo com a marca e demonstrando o interesse naquele produto; b) **viral**: nesta fase, a influenciadora, como autamarca, ganha força, com a popularização do perfil ocorrendo em 2020 com o vídeo intitulado "Tour pela Casa", em que a 'blogueira real' mostra uma residência simples bem diferente das mansões de muitas influenciadoras digitais milionárias com 'tradição' no mercado de influência digital. c) **influenciadora lifestyle**: nesta fase, a dinâmica do perfil passou a ser totalmente diferente com agenciamento da empresa Mynd 8, com capas de revistas e contratos com grandes empresas, após a participação no programa de TV Big Brother Brasil em 2021. Camilla sai do Programa, e o destaque é para o fato de a influenciadora ter iniciado suas atividades profissionais na internet, mas o reconhecimento do grande público e, conseqüentemente, de grandes marcas, veio depois da participação do programa de TV.

Na primeira fase, ainda como amadora, as publicações de Camilla eram fruto das suas experiências enquanto consumidora. Além da imagem abaixo, era comum publicações mostrando "looks" do dia e batalhas de looks, estratégias de criação de conteúdo feita pelas blogueiras de sucesso, em provadores de lojas como a C&A, e sem nenhum vínculo com a marca.

Figura 46 -Camilla de Lucas na fase amadora



Fonte: Plataforma Instagram

Nessa fase, era comum também a própria blogueira se arrumar, porém utilizando o humor e o formato de divulgação das blogueiras bem-sucedidas, a influenciadora mostrava para o público a realidade de quem ainda estava se firmando na carreira, mesmo participando de eventos com grandes marcas, conforme figura 47. A produção inteira “*make, styling, hair, assessoria, segurança*” assinada por ela. Aqui, importante destacar que uma das estratégias da Camilla é fazer de forma semelhante ao que as influenciadoras com carreiras estabelecidas fazem durante a participação de eventos ao descreverem os “@” responsáveis pela produção. Soma-se a isso, as palavras em inglês também funcionam como pertencimento ao universo da moda.

Figura 47 - Camilla de Lucas na fase amadora



Fonte: Plataforma Instagram

De acordo com Gandini (2016), as redes fornecem capital social, em meio a uma economia da reputação em expansão, que exige uma quantidade de trabalho gratuito como um dispositivo estratégico e gerencial para iniciar o ciclo de auto marca, visibilidade e construção de reputação. A ênfase em audiências, classificação e reputação é endêmica e o trabalho assume um elemento eminentemente social (Gandini, 2016; Hearn, 2010), em grande parte não remunerado, portanto, invisível (Flisfeder, 2015). Esse é um período em que as participações e trocas publicitárias de Camilla são em torno de produtos de beleza, e isso é fruto da popularização do seu canal no YouTube, voltado pessoas negras cujo temas comuns eram moda e beleza, conforme figura 48.

Figura 48 -Camilla de Lucas na fase amadora



Fonte: Plataforma Instagram

Diferente da Gabi de Oliveira e da Nátaly Neri, autodeclaradas ativistas, Camilla de Lucas nunca se colocou nesse lugar. Os conteúdos didáticos, comuns em perfis de ativistas, não eram pautados nesse perfil. Os conteúdos sempre foram pautados em estilo de vida com referências do Tumblr, e com estratégias semelhantes às blogueiras famosas de moda. No entanto, era possível, desde o início, observar que a influenciadora vivia de forma ativa a sua negritude e essa relação não ocorre apenas com as publicidades atravessadas pela raça, mas também em todas as publicidades disponibilizadas pela influenciadora, já que as referências negras estão nas roupas, no cabelo, nos posicionamentos e na postura de Camilla, conforme publicação que observamos na figura 49:

Figura 49 -Camilla de Lucas e sua relação com a negritude



Fonte: Plataforma Instagram

A publicação faz referência à viagem para Arraial do Cabo, localizada no Rio de Janeiro, em que os influenciadores Regiane Pereira, Yuri Marçal, Jacy Carvalho, Lucas Torres, viajaram juntos para a produção de conteúdo da página no Instagram Viagem Preta (@viagempreta). O perfil é de viagens, criado por Jacy Carvalho (@jacycarvalho) que se autobiografa como “Criadora do perfil, *afrohairstylist*, empreendedora e viajante” em que pessoas negras dividem a experiência de viajar pelo mundo. Camilla participou dessa viagem e fez um post no perfil com sua apresentação, conforme figura 50.

Figura 50 -Produção de conteúdo feita por Camilla de Lucas na página @viagempreta



Fonte: Plataforma Instagram

Na figura 50 é possível perceber que Camilla já está inserida no mercado da influência, ao se intitular blogueira mesmo sem ter blog, e utiliza do bom humor para gerar trocas com os seguidores. Um ponto relevante, aqui, é, mais uma vez, pessoas negras se unirem, enquanto coletivo que assumem a sua negritude, para ocupar lugares como o mercado da beleza, conforme figura 49. Temos aquilombamento (Abdias Nascimento, 2016; Beatriz Nascimento, 2018), ao dividirem um perfil de viagens, como uma estratégia de sobrevivência em ambientes predominantemente brancos. Olhar para o lado e enxergar pessoas semelhantes, torna o lugar menos vulnerável. Soma-se a isso

a “alfinetada” que a influenciadora deu, evocando e colocando luz, em um sistema, mesmo que comercial como a publicidade, que privilegia pessoas brancas e coloca à margem pessoas negras.

A profissionalização da influenciadora Camilla chega ao auge após sua participação no BBB 21, como já enfatizamos, e aqui as publicidades são variadas e de fato ela entra no universo das influenciadoras brancas, cuja viagens são patrocinadas, e que tem o seu dia a dia gerando interesse, em um grande público e em marcas, como sua relação com o cachorro.

No post da figura 51, podemos ver que, assim como Nataly, Camilla também foi convidada para uma viagem internacional, mas com a finalidade de promover o perfil oficial de *Universal Destinations & Experiences* no Brasil. O perfil fala sobre dicas e novidades dos Parques e Resorts da Universal. Camilla, em suas postagens da viagem, apresentou aos seguidores os detalhes e os bastidores do destino e também deu informações sobre como planejar as férias na Universal.

Figura 51 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle



Fonte: Plataforma Instagram

Já na Figura 52, em contraponto a viagem internacional, Camilla volta-se para posts cujo vida cotidiana também é conteúdo. Barth, o *Border Collie* da influenciadora, gera publicidades e participa ativamente da vida do casal, inclusive, durante o casamento. Outro destaque é o fato da Camilla transmitir seu próprio casamento no Instagram, mostrando-se como automarca.

Figura 52 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle



Fonte: Plataforma Instagram

No caso de influenciadores que promovem estilo de vida, Glucksman (2017) vai além e elucida que as interações mais bem-sucedidas ocorrem com influenciadores autênticos, confiantes e interativos em seus conteúdos. O autor explica a importância de uma fonte confiável usando um produto, pois isso faz com que os seguidores se sintam tomando uma decisão mais informada ao fazerem uma compra. Neste ponto, destaca-se o fato de três anos após a sua participação no BBB, Camilla ainda ter sua imagem vinculada ao programa, por meio dos patrocinadores. Dois dos principais

patrocinadores, *Downy* (Figura 53) e Mercado Livre (Figura 54), fizeram ações com a influenciadora na mesma época do programa, conforme as figuras a seguir:

Figura 53 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle



Fonte: Plataforma Instagram

Figura 54 -Camilla de Lucas influenciadora lifestyle



Fonte: Plataforma Instagram

Outro ponto relevante, conforme já comentamos, refere-se ao perfil não ser explicitamente ativista. Para Collins (2019), o silêncio relacionado ao ativismo não deve ser interpretado como submissão, porque a consciência de si funciona como uma esfera de liberdade possível dentro de contextos predominantemente brancos. Esse é um espaço de pensamentos íntimos que faz com que pessoas negras, especificamente mulheres, suportam e transcendem os limites das opressões. Lançar-se fora do enquadramento⁶⁷ fornecido pelo sistema e pelas autoridades, substituindo a imagem de controle (ou o que o senso comum espera desses corpos) pelo conhecimento autodefinido, é fundamental nesse processo, e importante também para a sobrevivência dos negros e negras como já apresentamos.

Nos fortalecemos em espaços de resistências em que podemos pensar e falar livremente, e o perfil de Camilla, por mais que não seja o objetivo, torna-se um desses espaços. Collins (2019) explica que dois desses espaços de fortalecimento são: 1) a relação com outra mulher negra, e 2) a relação mãe e filha, em que é neste ‘entre’ que as mães negras ensinam e transmitem conhecimentos cotidianos que influenciam

⁶⁷ Lugares e imagens que a sociedade espera que os negros ocupem.

diretamente na autodefinição das filhas. No caso da troca com outra mulher negra, esse é um lugar que pode ser considerado a chave da irmandade, como vemos na figura 55.

Figura 55 -Camilla de Lucas utiliza a relação segura com a mãe também em publicidades



Fonte: Plataforma Instagram

No post, sobreposta à imagem, a filha convida a mãe para o almoço, enquanto no texto fica o espaço para a divulgação do produto. Desse modo, há uma separação entre os espaços privado-público, em interação com os seguidores. Estes podem ver na foto a casa de Camilla e seu dia-a-dia doméstico preparando o almoço, enquanto convida a mãe para visitá-la.

Outro espaço de fortalecimento entre pessoas negras, elencado Collins (2019), são as relações familiares, aqui, já demonstrados na participação do irmão na publicidade do Mercado Livre (figura 54), e da mãe na publicidade da marca Tang (figura 55). Nesse caso, é comum publicações da influenciadora exaltando a relação com o subúrbio carioca, em situações que lembram o seu início de carreira, mesmo não morando mais lá. Aqui, por mais que Camilla esteja bem inserida profissionalmente no universo de influenciadoras digitais (e o ambiente da casa dela nos dá esse indício), mulheres e homens negros sempre retornaram para as margens, lugares de onde vieram e sentem-se acolhidos, e dos quais carregam referências e vivências.

A margem, conforme hooks (2019c), pode ser entendida também como espaços de resistências, possibilidades e abertura radical. A influenciadora faz esse movimento de centro/margem ao longo de todo o perfil, e é fundamental observar as postagens de forma consciente, percebendo a possibilidade de criação de um novo sujeito. A margem oferece um ambiente de abertura e criatividade em que é possível, formular pensamentos críticos⁶⁸ – por vezes através do humor no caso de Camilla. Tynes et al. (2016) consideram que a capacidade de contrariar as narrativas hegemônicas e de fomentar o autocuidado são componentes-chave da interseccionalidade digital, de modo que esse movimento é capaz de combater múltiplas formas de opressão. Segundo Souza Santos (2021), o racismo brasileiro torna-se obstáculo ao avanço do povo negro e moldam as perspectivas de ascensão social, porque lida com barreiras sutis, nunca verbalizadas. São mecanismos presentes nas relações sociais que disfarçam, ocultam e sutilmente legitimam a raça branca como universal, porque voltam-se apenas para ela como única face visível e possível. Temos, então, que essas estruturas que sustentam e contribuem para a manutenção da supremacia branca também servem para questionar esse pensamento dominante. Ou seja, as influenciadoras criam brechas no próprio sistema hegemônico a fim de questioná-lo.

Ao longo das postagens, o profissionalismo da influenciadora vai ganhando força, não só com a qualidade das imagens diárias, mas também com as propagandas, que passam a contar histórias cotidianas da influenciadora usando técnicas inspiradas em roteiristas e escritores (*storytelling*). Após o Big Brother, mesmo os produtos e ações sendo geridos por agência, as publicidades continuam ligadas às experiências de vida da Camilla, envolvendo temáticas que fazem sentido para o cotidiano dela e que carregam as referências negras nas roupas, cabelo, posicionamento e existência da influenciadora.

Agora que já entendemos o aspecto mercadológico na construção da constelação “mulheres negras: margem e centro”, vamos ao segundo ponto: violências. Iniciaremos, refletindo que fazer parte da margem, e o não desejar o branqueamento, pode desvelar a branquitude (enquanto categoria também racializada) e despertar receios da perda dos privilégios simbólicos e materiais mantidos pelos brancos, tornando as mulheres negras as principais vítimas de agressões online dentro desse modelo de construção social

⁶⁸São posicionamentos que desafiam a autoridade colonial do centro.

machista e racista. Trindade (2022) afirma que as mulheres negras jovens, em ascensão social, são as principais vítimas de ataques de cunho racista online.

O autor relembra que quando mulheres negras ascendem socialmente, e passam a ocupar espaços sociais que não eram considerados “legítimo local de pertencimento”, causa um estranhamento nas pessoas que nutrem ideologias discriminatórias. Então, os ataques funcionam de forma de (re)posicioná-las em seu lugar de inferioridade social e subalternidade. No caso do nosso escopo de análise, há apenas uma publicação, realizada fora do período que analisamos, da influenciadora Camilla de Lucas abordando o tema, conforme figura 56:

Figura 56 -Manifestação da influenciadora digital após sofrer ataques online



Fonte: Plataforma Instagram

No post, Camilla faz um desabafo sobre os comentários que recebe, criticando sua aparência. A influenciadora aponta cansaço e afirma receber discursos de ódios

referentes ao cabelo, cor, roupa e corpo. Destaca-se a perspectiva construtivista do corpo, já apresentada nesta tese, na qual nossa compreensão e valorização de características físicas como beleza, peso, sexualidade e raça são influenciadas não apenas por fatores biológicos, mas também por fatores externos, como cultura, sociedade e experiências compartilhadas (De Mello, 2023).

Essa abordagem reconhece que nossas ideias sobre o corpo não são fixas ou universais, mas sim fluidas e historicamente construídas de modo que algo considerado um padrão de beleza em uma cultura pode ser completamente diferente em outra, e essas percepções podem mudar ao longo do tempo dentro de uma mesma sociedade. De acordo com De Mello (2023) essa compreensão mais ampla do corpo como sendo moldado por fatores sociais e culturais pode nos ajudar a questionar e desafiar ideias preconcebidas sobre o corpo e a entender melhor como as normas e valores sociais influenciam nossa percepção e experiência corporal:

No decorrer dos séculos de expansão colonial europeia, povos asiáticos, africanos e africanos não foram meramente dominados (suas terras, recursos e trabalhos espoliados), mas também alocados a determinadas posições no âmbito de uma nova hierarquia social, em cujo topo situavam-se os europeus. Diferentes sistemas de classificação emergiram, no esforço de categorizar a diversidade humana do planeta - em especial aqueles sob domínio europeu - conforme a cor da pele e os traços faciais, bem como pela religião, idioma e cultura. Ao superestimar as similaridades entre esses grupos e desprezar suas diferenças, considerou-se que formavam "raças" coesas e inferiores. A partir de então, seus traços físicos foram correlacionados ao que se pensavam ser as características intelectuais e culturais de cada grupo, formando assim a base para o sistema racial de classificação que herdamos: a ideia de que é possível prever o comportamento humano a partir de algo tão banal quanto a cor da pele ou a forma dos olhos (De Mello, 2023, p. 139)

Dito de outra forma, essa ideologia racial permeou muitas esferas da sociedade, incluindo a ciência, a política e a religião, e foi usada para legitimar o domínio colonial e a escravidão. Os efeitos desse legado colonial persistem até os dias de hoje, influenciando as estruturas sociais, econômicas e políticas em muitas partes do mundo. De Mello (2023) lembra que era comum zoológicos humanos com a exposição de pessoas oriundas dos países colonizados em recriações de suas vilas e aldeias e em condições semelhantes a animais para públicos pagantes. Eram práticas que tratavam os não-europeus como primitivos e ao mesmo tempo enfatizavam a civilidade europeia, contribuindo para consolidação da ideologia colonialista fundada na inferioridade racial dos povos não-europeus:

Nesse ponto, vale lembrar também do que já foi apresentado nesta tese, os pensamentos de Césaire (2020) que argumenta que, ao se permitir ver o outro como um

ser inferior, subjugado e até mesmo como um animal, o colonizador europeu está comprometendo sua própria humanidade e moralidade. A colonização não apenas desumaniza as populações colonizadas, tratando-as como inferiores e subjugadas, mas também corrompe os próprios colonizadores, levando-os a uma mentalidade que justifica a exploração e a violência. Essa desumanização é alcançada pela desvalorização da cultura e da identidade dos povos colonizados, além da imposição de sistemas de exploração econômica e destruição cultural. A ideia de que o colonizador, ao desumanizar o colonizado, também se desumaniza é fundamental para a compreensão da dinâmica da colonização e dos dias atuais.

Desta forma, o que poderia ser tratado como algo positivo (a ausência de postagens de Gabi de Oliveira e Nátaly Neri tratando de violências), entendemos como silenciamentos, porque quem está “apta” a falar é aquela que já está consolidada, não apenas no mercado da influência, mas também no mercado da moda e beleza. Dessa forma, ocupar esses ambientes predominantemente brancos segue gerando nas mulheres negras silenciamentos e, segundo hooks (2019, p.37), as razões do silêncio são variadas e multidimensionais:

As mais óbvias são as expressões do racismo, do machismo e da exploração de classe para reprimir e silenciar. As menos óbvias são as lutas internas, os esforços feitos para ganhar a confiança necessária para escrever, reescrever, desenvolver por completo a arte e a habilidade— e o ponto em que tais esforços falham.

O discurso de ódio torna-se uma expressão segregacionista, que busca diminuir, desacreditar e humilhar indivíduos ou grupos sociais com base em características como gênero, orientação sexual, filiação religiosa, raça, origem ou classe (Trindade, 2022). Funciona, também, como um mecanismo de subordinação, seja verbal, físico ou simbólico, utilizado para amedrontar, intimidar, assediar e discriminar grupos (Lederer; Delgado, 1995), que geralmente estão em situação de desvantagem, perpetuando, assim, as hierarquias sociais (Harff; Duque, 2021). Trindade (2022) vai além e compara as redes sociais a um pelourinho moderno. Para o autor, a jovem negra bem-sucedida que ocupa esses espaços online, de forma construtiva, afronta o imaginário coletivo e, então, tornam-se vítimas, em praça pública, de discursos de ódio online e chicotes virtuais.

De acordo com Lupton (2015), é evidente que o sexismo, o racismo, a homofobia e outras formas de discriminação e discurso de ódio continuam a existir na Internet. Os sites online oferecem fóruns para a expressão, reprodução e apoio de declarações estigmatizantes e discriminatórias, que visam à divisão social e não a

coesão. Os membros de grupos sociais minoritários tendem a ser sujeitos a muito mais discursos de ódio, ameaças de violência e outras formas de assédio online do que aqueles que fazem parte do grupo social hegemônico – brancos, saudáveis, de classe média, homens que vivem no Norte cultural.

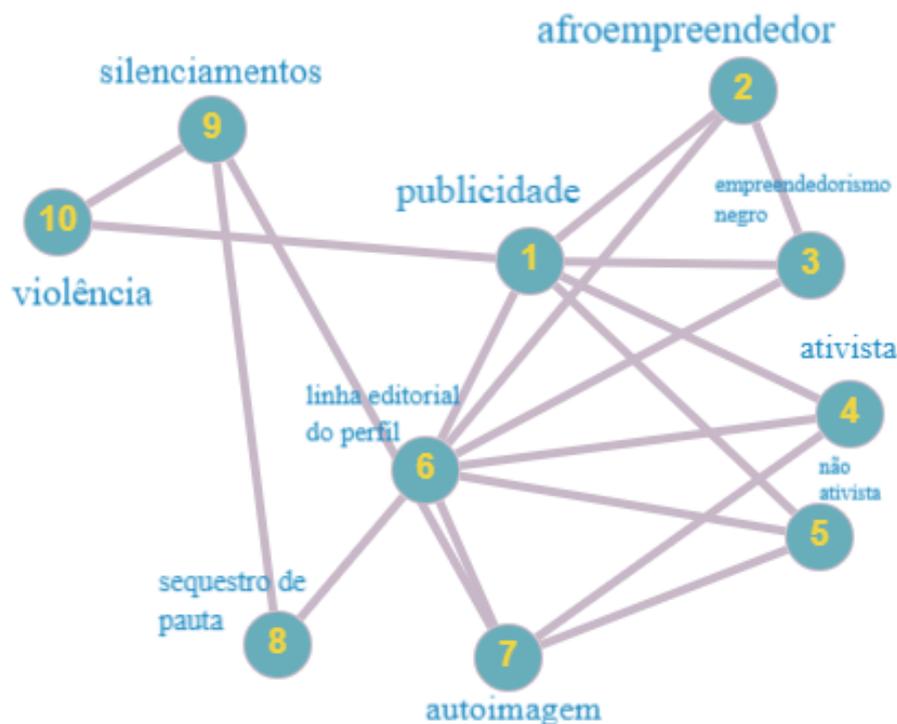
Uma possível solução, conforme sugerido por hooks (2019) e feito por Camilla de Lucas, é responder criticamente a essa dinâmica de dominação, onde abordagens são empregadas para expor os silenciamentos, já que eles causam impactos em qualquer grupo oprimido, colonizado, que se esforça para falar: “Para nós, a fala verdadeira não é somente uma expressão de poder criativo; é um ato de resistência, um gesto político que desafia políticas de dominação que nos conservam anônimos e mudos. Sendo assim, é um ato de coragem – e, como tal, representa uma ameaça” (hooks, 2019, p.36). O tópico seguinte é destinado ao gráfico da constelação “Mulheres negras: margem e centro”.

4.4.1 - Gráfico da coleção “Mulheres negras: margem e centro”

Elencar, como ponto base da constelação “mulheres negras: margem e centro”, o aspecto mercadológico e as violências, nos mostrou que aquele que é considerado periférico, ao migrar para o centro, mina a suposta neutralidade e universalidade desse centro, perturbando assim a própria noção de divisão. As experiências de deslocamento surgem como uma oportunidade não apenas para inverter o dualismo entre margem e centro, mas também para subvertê-lo, desnaturalizando-o e, assim, combatendo formas de exclusão ao abrir espaços para outras maneiras de habitar o mundo.

Para hooks (2020), a marginalização é efeito da combinação de exclusões, e a universalização age na identificação do sujeito, com foco predominante no homem branco, o que acaba por excluir a mulher negra através da sua invisibilidade. O sujeito que se coloca no centro – geral, universal e neutro – reaparece, seja ao marginalizar e colocar um "outro" em posição de inferioridade, estranheza ou diferença, seja ao sequer reconhecer a existência desse "outro". Essa condição leva o indivíduo que está à margem a adotar uma perspectiva holística, que transcende as fronteiras entre o marginalizado e o central, questionando a suposta neutralidade e universalidade promovida pelo *status quo* centralizado. Decidimos utilizar a publicidade e as violências para observar esses movimentos, justamente, por serem lugares, cujo centro encontram-se firmados na “norma”, conforme análises e gráfico abaixo (Figura 57)

Figura 57 -Gráfico da coleção “Mulheres negras: margem e centro”



Fonte: Figura produzida pela autora desta tese

A mulher negra, ao se deslocar da margem para o centro, como ocorre na publicidade, reorganiza esses lugares sociais já demarcados e forma tessitura de múltiplas centralidades. Podemos pensar em formas de existir proporcionadas pelos deslocamentos dos centros de gravidade, de modo a subverter os movimentos de naturalização e legitimação de exclusão e de opressão. Ao inverter e deslocar, os espaços tradicionais se transformam, as referências se deslocam, e as ideias de centralidade, momentaneamente, se diluem, revelando a falsidade da pretensão universal que é mantida pelos interesses político-econômicos, e validada pela hegemonia ideológica da branquitude. Mais do que questões apenas conceituais, a irrupção e a apropriação das ideias de margem e centro, a partir de uma perspectiva de hooks (2019), pelas mulheres negras reiteradamente tomadas como periféricas, conectam teoria e realidade social, reflexões e ações políticas, mesmo naquelas que não se consideram ativistas. Isso ocorre, porque o corpo negro é político e a presença dele

em lugares predominantemente brancos desloca a centralidade considerada como norma, produzindo adequações, desconforto, violências e silenciamentos.

Nesse processo, segundo hooks (2019), erguer a voz torna-se uma ação concreta para romper com o silenciamento imposto pelos atos de opressão. A autora argumenta que encontrar uma voz é essencial na luta pela liberdade e pela afirmação dos sujeitos oprimidos, valorizando a conscientização e a capacitação dos indivíduos, para que possam encontrar e expressar suas próprias vozes. O ato, além de transformador, gera reflexões críticas. Portanto, encontrar a própria voz significa mais do que simplesmente falar ou ser ouvido; é um processo de construção em direção à liberdade individual e coletiva. É através dessa voz que o oprimido pode deslocar-se da margem, fazendo com que aqueles que ocupam o centro também se desloquem desse lugar considerado “natural”, que é a branquitude.

Carter (2016) explica que os influenciadores trabalham para entender sua própria influência e gerenciar como são vistos e valorizados. Tratam-se de práticas que moldam como a influência e o engajamento são concebidos e respondem tanto às restrições técnicas quanto às decisões de negócios e práticas individuais. Para o autor, os influenciadores atuam como canais de produção e distribuição em que as marcas procuram esses indivíduos para produzir textos, imagens e vídeos, e também para distribuir esse conteúdo para uma rede de seguidores. O ponto central é que não existe um, mas vários tipos de influenciadores, e acreditamos que o processo de construção das influenciadoras negras, a partir das análises feitas neste tópico, está inserido no paradoxo que é ocupar esse espaço de influência, que são ocupados, predominantemente, por pessoas brancas. Na medida em que, para pessoas brancas, é apenas mais um trabalho, sendo mulher negra este trabalho torna-se um lugar de possibilidade de resistência, mesmo que isso não seja uma bandeira.

4.5 A construção de perfis-territórios

Ao analisarmos, simultaneamente, as constelações “Mulheres negras, autodefinição e construção de si” e “Mulheres negras: margem e centro” fica explícito que a economia, as experiências sociais e as questões étnico-raciais atravessam todo processo de profissionalização das influenciadoras brasileiras. O trabalho apresentado até aqui nos coloca a necessidade de pensarmos nos inúmeros paradoxos vividos pelas influenciadoras digitais negras para ocuparem esses espaços, fruto de relações comerciais e, ainda, locais de resistências. Para compreender as particularidades desses

perfis, foi fundamental focar nas experiências das mulheres negras e em seus perfis como territórios, que reconhecem a ligação intrínseca entre o corpo individual e o espaço físico e social que ele ocupa. Essa abordagem sugere que o corpo não é apenas uma entidade física isolada, mas sim um espaço de existência, resistência e luta, onde se desenrolam diversas batalhas políticas, sociais e culturais.

O afrodescendente diaspórico (Gilroy, 2021), em contexto coletivo, vive uma realidade atravessada pelo dispositivo de racialidade (Carneiro, 2023), contrato racial (Mills, 2023), distinção entre pessoa e subpessoa (Mills, 2023) em uma sociedade supremacista branca (Du Bois, 2021). Nesse cenário, não é recente a criação de estratégias que possibilitam a esses sujeitos deslocar-se da condição de margem (hooks, 2019) e fugir do complexo inato (Fanon, 2020), comum a quem vive em sociedades com herança colonial.

Nos anos de 1990, estudos propunham entender as lutas pelo território como um direito, dentro de projetos de emancipação e busca por autonomia das populações e movimentos sociais. Esses estudos dialogavam com referenciais que vão além da Geografia, buscando na Filosofia, Sociologia e Antropologia fontes de informação para sustentar essa linha interpretativa sobre espaço-poder. Desse modo, o conceito de território deixa de ser usado para designar um espaço sob o domínio de um Estado-Nação, de consolidação do nacionalismo, para ser entendido a partir da existência da multidimensionalidade do poder, o que permitiu alargar o conceito de território. Ao ampliar o conceito de território, busca-se destacar que ele não é formado apenas por um único ator, o Estado, mas que diferentes atores também têm a possibilidade de participar na sua construção. Assim, o território é criado a partir das relações de poder que são mediadas pelo espaço.

Haesbaert (2023, p.37), a partir de uma perspectiva que engloba a indissociabilidade entre espaço e tempo, entende que o espaço deve ser compreendido por seu atributo dinâmico, suas diferentes durações e, conseqüentemente, seu caráter múltiplo e relacional. Para o autor, o espaço torna-se, acima de tudo, um resultado de conexões e, além disso, incorpora de forma indissociável a interação entre os mundos material e imaterial. Isso supera a dicotomia que vê o espaço apenas como materialidade, "exterior", e o tempo como incorpóreo, "interior". "Mais do que a estabilidade de um "ser", o espaço envolve o constante "tornar-se" (outro)" (Haesbaert, 2023, p.37).

O espaço, portanto, é tanto resultado quanto indutor da multiplicidade que compõe a dinâmica social, além de ser a dimensão do reconhecimento do Outro, um outro que coexiste. Para Haesbaert (2023, p.41), “O espaço se revela, deste modo, como a esfera do encontro – ou não – de trajetórias relativamente separadas que coexistem em uma multiplicidade de condições acumuladas, “sedimentadas”, e de possíveis aberturas para o futuro”. Desta forma, o espaço, impregnado por essas relações de poder profundamente desiguais – ao mesmo tempo destrutivas e criativas, opressoras e liberadoras –, possibilita distintas perspectivas a partir das quais podemos enunciar e produzir nosso mundo:

Mas se considerarmos o corpo como uma espécie de “primeiro território”, a própria condição corpórea já implica uma mudança de perspectiva –a começar pelas alterações físicas, mas também, é claro, psicológicas, que modificam a percepção de mundo no decorrer de nossa vida. Sempre olhamos o mundo a partir da perspectiva corpórea que nos constitui e, muitas vezes, até mesmo a partir da ênfase a determinados órgãos do corpo que sobrevalorizamos. Além disso, a acessibilidade digital de que dispomos hoje, embora sob ângulos espaciais restritos e controláveis, coloca um novo complicador pela densidade de conexões que viabiliza e, com isso, pelo novo potencial para uma mudança de perspectiva –mas também, é certo, para o fortalecimento de nichos (“comunidades”) reprodutores de um mesmo ponto de vista–. Esse desafio potencial (às vezes, vigoroso) de uma mudança de perspectiva está sempre colocado conforme a posição geográfica que ocupamos, o que envolve, evidentemente, a distância em relação ao nosso espaço habitual, de controle costumeiro. (Haesbaert, 2023, p.45)

Dito em outras palavras, as mudanças no/do espaço desempenham um papel fundamental na nossa capacidade de desenvolver diferentes perspectivas sobre os outros. O espaço geográfico, enquanto dimensão constitutiva de nossa existência, a começar pelo próprio corpo, pode ser concebido como condição para a mudança de perspectiva sobre os outros e sobre o contexto em que estamos inseridos. A ideia de corpo-território (Gago, 2020) amplia nossa compreensão de mundo, destacando a interconexão entre os corpos individuais e os espaços que habitamos, revelando as dinâmicas de poder e conflito existentes na vida de pessoas negras. Isso implica que os corpos, especialmente os das mulheres e das corporalidades dissidentes, são mais do que meros locais de individualidade, sendo também extensões de territórios em constante negociação.

Para Gago (2020), o corpo-território indica a impossibilidade de separar e isolar o corpo individual do corpo coletivo, o corpo humano do território e da paisagem. Desafia-se a ideia do corpo como propriedade individual, e se especifica uma

continuidade política, produtiva e epistêmica do corpo enquanto território. Dessa forma, o corpo se revela como uma composição de afetos, recursos e possibilidades singulares de luta. No contexto digital e das mídias sociais, esses perfis-territórios não apenas enfrentam poder, vigilância e controle, mas também servem como locais de existência e resistência, refletindo as hierarquias sociais e espaciais estabelecidas pelo racismo e sexismo.

Os marcadores sociais, portanto, mesmo online, delineiam os limites da mobilidade espacial dos corpos, influenciando como são percebidos e tratados em diferentes contextos sociais. Isso evidencia a importância da mobilidade como um aspecto chave na associação dos corpos aos espaços simbólicos, conforme apontado por Quijano (2010), onde certos atributos podem tanto mobilizar quanto imobilizar os corpos. Essa dinâmica torna os corpos não apenas objetos de poder, mas também arenas de luta política moldadas por fatores sociais, culturais e simbólicos.

Melino (2021), ao escrever sobre corpos políticos e a construção de hierarquizações sociais, se baseia em mecanismos de divisão e controle. A autora argumenta que as divisões são criadas para destacar: as características específicas, categorizando e separando pessoas em diferentes grupos; o controle, que se manifesta na vigilância do comportamento dessas pessoas, assegurando que ajam conforme o esperado, e a aplicação de sanções, para aqueles que não seguem as regras impostas. Entretanto, o problema não reside na existência de divisões, pois as diferenças entre as pessoas podem levar à formação de grupos com base em semelhanças ou diferenças; o gargalo está, segundo a autora, no fato de essas divisões serem historicamente usadas para impor controle e justificar hierarquias, naturalizando – ou seja, biologizando – essas diferenças e hierarquias.

A autora também destaca que essas categorias situacionais que envolvem os corpos como instrumentos políticos invocam marcos espaciais, temporais e sociais que variam conforme a perspectiva conceitual através da qual essas hierarquias são vistas. Dessa forma, Melino (2021) convida a refletir sobre a complexidade e a artificialidade das hierarquizações sociais, e também sobre os mecanismos que sustentam essas estruturas de poder, com base na impossibilidade de analisar as dimensões da desigualdade de forma isolada. Esse olhar, amplia e problematiza a compreensão sobre os modos de dominação de determinados corpos, mesmo online, além de questionar as subordinações e as dominações, cujas bases são históricas e fixadas na norma.

Nesse contexto, a autodefinição (hooks, 2019) das mulheres negras como sujeitos capazes e ativos é fundamental para criar espaços de existência, diálogo, conflito e resistência, mesmo dentro de estruturas atravessadas pelo neoliberalismo e pelas dinâmicas do mercado e das plataformas digitais. Dito de outra forma, quando nós, negros e negras, nos autodefinimos e rejeitamos os pressupostos colocados por quem ocupa posição de autoridade, passamos a interpretar essa realidade “já dada” por chaves que são nossas. Questionar o pacto narcísico (Bento, 2002), ao trazer para o centro pessoas que, historicamente, ocupam as margens (hooks, 2019), notou-se as estratégias de sobrevivência e permanência utilizadas por mulheres negras não somente para se manterem nesses espaços online, mas também transformá-los em locais capazes de desafiar as normas sociais em torno da branquitude.

Temos, então, que a insatisfação em relação ao cabelo natural e à cor da pele podem manifestar-se como sinais de rejeição da negritude; enquanto o processo de conscientização, reconhecimento e aceitação impulsiona a formação de uma boa relação entre mulheres negras e seu público. As três influenciadoras mais citadas nas matérias jornalísticas analisadas por esta tese aproximam-se da negritude com orgulho, trazendo referências da cultura negra e propondo discussões em torno do tema, mesmo não sendo ativista como Camilla de Lucas. No caso da influenciadora, um bom exemplo foi o seu posicionamento com relação aos discursos de ódio racistas. O compartilhamento de experiências com outras pessoas negras facilita o reconhecimento da negritude, porque o apoio de indivíduos que enfrentam situações semelhantes de sofrimento social pode ser fundamental no processo de superação dessas desigualdades.

Essa visão vai ao encontro do conceito de quilombismo proposto por Abdias Nascimento (2019), que defende uma resistência cultural e social mais ampla, abrangendo desde formas associativas até expressões culturais, como formas de libertação e valorização das pessoas negras. Portanto, ao considerar essas perspectivas histórico-sociais e as particularidades epistemológicas e metodológicas do campo da Comunicação, entendemos os perfis-territórios como extensões das vivências das mulheres negras, refletindo sua complexidade enquanto corpos políticos no mundo, capazes de encontrar espaços de existência mesmo em ambientes predominantemente brancos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante todo trabalho, percorremos caminhos que nos colocaram de frente com o modo de produção científica ocidental, centrado na objetividade, e com a historiografia oficial brasileira. Pensar em alternativas metodológicas no campo da Comunicação que abarcassem esses pilares, considerando as particularidades individuais e coletivas dos perfis de influenciadoras digitais negras, foi desafiador. Primeiro, pelo volume de dados em grande escala gerados pelos ambientes em que as plataformas estão inseridas. Segundo, também relacionado ao Instagram, a Interface de Programação de Aplicações (API), que permite ao usuário do aplicativo obter informações básicas dos perfis, como fotos e vídeos nas próprias contas do Instagram, é extremamente restrito no que diz respeito às informações de fácil acesso disponibilizadas aos usuários. Por fim, apesar de termos as influenciadoras profissionais como objeto de pesquisa, ainda, sim, há um universo muito amplo, bastante volátil e em constante expansão e que vai desde nano influenciadores, passando por microcelebridades, macro influenciadores até celebridades (Campbell e Farrell, 2020; Senft, 2008; Khamis, 2017).

Iniciei esta tese com um exercício de imaginação que exigia do leitor olhar ao redor com olhos, cujas lentes são racializadas. Metaforicamente, um exercício reflexivo simples, mas bastante significativo, que desloca as nossas percepções para as questões raciais naturalizadas no Brasil. Percorri esse caminho na tentativa de responder o **problema de pesquisa** que norteia este trabalho: Quais são as estratégias, em última análise de sobrevivência, utilizadas por mulheres negras não só para manter-se nesses espaços online, mas também transformá-las em lugares de resistência capazes de produzir desvios sociais, considerando que são pessoas que carregam uma herança de discriminação ou exclusão social e que ocupam espaços predominantemente brancos já demarcados?

Epistemologicamente, assim como Sodré (2015), olhei para as influenciadoras digitais negras entendendo a midiatização como gestora das emoções, assumindo um papel estratégico na comunicação. O autor entende a midiatização como uma força significativa na reconfiguração dos sentidos, atuando como protagonista no que ele chama de "sistema de inteligibilidade". Esse sistema é formado pelo "bios midiático", que é entendido a partir da interação com a mídia como uma forma de vida que transcende o meio de comunicação em si e se estabelece como uma entidade própria no

tecido social, não se limitando apenas à transmissão de informações, mas moldando ativamente os valores e crenças de maneira cada vez mais rápida.

Um aspecto crucial dessa dinâmica é a velocidade com que o tempo circula, o que diferencia a comunicação das ciências sociais tradicionais. Enquanto estas últimas lidam com uma temporalidade social estável, a midiatização introduz uma "transtemporalidade" que desafia as estruturas convencionais de compreensão temporal. Além disso, a proliferação rápida e diversificada das imagens é destacada como uma característica distintiva, reforçando a autenticidade do "comum" que é disseminado na contemporaneidade. Este ritmo acelerado de mudança e multiplicação de imagens ressalta a necessidade de adaptar os métodos de análise e compreensão às novas realidades apresentadas pela midiatização.

Nesse contexto, o **objetivo** desta tese foi compreender a inserção das mulheres negras no mercado brasileiro de influência, que é predominantemente branco, tomando os perfis das influenciadoras como perfis-territórios, a fim de estabelecer as interseções entre raça e gênero, e as diversas desvantagens enfrentadas por esse grupo na ocupação de diferentes esferas sociais. Chego até aqui, na vida e nesta tese, reflexiva sobre a "mancha indelével" que os negros representam para o Brasil (Cardoso, 2022). Um estigma que, como vimos por meio das análises dos perfis de influenciadores negras, continua a pesar sobre o corpo e a população negra brasileira até os dias de hoje.

O estudo demonstrou que para a mulher negra não basta ser influenciadora, ao contrário, junto com essa escolha vem desafios e marcadores sociais com os quais ela deve lidar diariamente. O primeiro deles tem início no levantamento dos perfis, quando, de modo geral, as matérias jornalísticas nem consideram pessoas negras entre influenciadores. A invisibilidade e os silenciamentos, como apresentado neste trabalho, são uma constante na história do povo negro no nosso país e isso não é coincidência. A autodefinição (Collins, 2019) e o entendimento de margem e centro (hooks, 2019) atuam como elementos que possibilitam às mulheres negras a ocuparem o espaço predominantemente branco, criando modos de existências e resistências.

hooks (2019) afirma que a libertação passa pela auto recuperação, consciência crítica e também pelas mulheres negras, enquanto sujeitos que criam a possibilidade de novas configurações de poder e conhecimento. Ponderar e discutir essa herança marcada por expropriação, violência e brutalidade, é fundamental para não normalizar situações contemporâneas que insistem em acontecer trazendo à tona uma herança enraizada na subjetividade de grupos, ainda que não seja reconhecida de forma pública. Mecanismos

como o mito da democracia racial, embranquecimento da população brasileira, o contrato racial (Mills, 2023), dispositivos de racialidade (2023) e pacto da branquitude (Bento, 2002) funcionam na manutenção de privilégios e na supremacia branca (Du Bois, 2021). O herdeiro branco se identifica com outros herdeiros brancos e se beneficia dessa herança, quer seja de forma tangível ou simbólica; em troca, é esperado que ele sirva ao seu grupo, protegendo-o e fortalecendo-o. Este é o pacto, o acordo implícito, o contrato subjetivo não verbalizado: as novas gerações podem colher os frutos do que foi acumulado, mas devem comprometer-se "implicitamente" a aumentar o legado e transmiti-lo para as próximas gerações, fortalecendo assim seu grupo no lugar de privilégio, o qual é transmitido como se fosse exclusivamente mérito (Bento, 2002). E, nesse mesmo processo, excluem-se os outros grupos "não iguais", fazendo uma distinção entre pessoas e subpessoas (Mills, 2023).

Fanon (2020) chama de "complexo inato" (p. 108) à tendência racializada de atribuir características essencialistas a grupos humanos ou indivíduos, com base em diferenças historicamente construídas e determinadas. Em outras palavras, na experiência da pessoa negra, a corporeidade precede a expressão verbal, o racismo é um componente anterior à formação da subjetividade e negritude permeia todas as facetas de sua existência. Assim, somos rotulados como "intelectual negro, médico negro, etc." (Fanon, 2020). Essa análise é reforçada pela perspectiva de influenciadores negros, que compartilham experiências similares e amplificam as vozes que confrontam essas formas de marginalização.

Para dar visibilidade a essas relações que não são explícitas, ao contrário são, constantemente, negadas e silenciadas, decidi utilizar como metodologia a constelação, inspirada em Benjamin. Considerou-se que os afrodescendentes em diáspora (Gilroy, 2021) compartilham não somente as dores ligadas à colonização, cujo racismo moderno persiste em negar aos negros o reconhecimento de suas capacidades e uma história intelectual própria, mas também componentes antidiscursivos substitutos para as liberdades políticas formais que foram negadas. Gilroy (2021) ressalta que algumas vezes há negligência com o fato de que o termo "diáspora" foi incorporado aos estudos sobre os negros a partir da tradição judaica, da qual Benjamin faz parte. Os conceitos de fuga e sofrimento, tradição e temporalidade, bem como a organização social da memória, têm sido objeto de investigação por gerações de historiadores culturais e religiosos, críticos literários e filósofos judeus, além dos papéis do racionalismo e do irracionalismo no desenvolvimento do pensamento racista europeu.

Segundo Gilroy (2012), esses mesmos temas estão vinculados às ideias de dispersão, exílio e escravidão, e também contribuem para estruturar a questão da mudança simultaneamente intra e intercultural que tem envolvido os pensadores judeus na Europa desde o século XVIII. Esse é um método comparativo que olha as aproximações e diferenças entre os perfis, formando um raciocínio em rede, ilustrado pelas constelações, de forma transversal a busca das relações de raça e gênero presentes nas páginas das influenciadoras negras na plataforma Instagram. Parte-se que o indivíduo negro (Du Bois, 2021) experimenta uma dualidade distinta, debatendo-se entre as reivindicações da negritude e a atração pelos ideais universais modernos que vão além da raça. Dentro do contexto analítico, surgem experiências de desenraizamento e reassentamento das comunidades negras, resultando na redefinição do senso de pertencimento.

Os temas e conteúdos abordados Camilla de Lucas (@camilladelucas), Nátaly Neri (@natalyneri) e Gabi Oliveira (@gabidepretas), por mais que não sejam voltados para questões étnico-raciais, eles terminam exigindo das influenciadoras um olhar racializado do mundo. Questões como estética, a afetividade, a irmandade, parentalidade, referências negras e o valor-próprio se interconectam entre si demonstrando que existem um conjunto de noções importantes que exigem um olhar mais apurado e afastado do senso comum para entender o devir negro. Trata-se de camadas não-lineares como afroempreendedorismo, empreendedorismo negro, sequestro de pautas, ativismo, não-ativismo, violências e silenciamentos que incidem na construção da autoimagem de mulheres negras em ambientes predominantemente brancos.

As coleções de imagens nos ajudaram a perceber o paradoxo que é os perfis de mulheres negras, mesmo inseridos em um ambiente de plataforma com particularidades cujo objetivo é o lucro, não funcionam, simplesmente, como perfis comerciais, ao contrário, são entendidos aqui como perfis-território. A abordagem estratégica aqui delineada amplia essa perspectiva ao considerar os perfis como territórios e os territórios como corpos vivenciados. A metáfora do perfil-território, inspirada na noção de corpo-território, não só expõe os embates que se desenrolam no presente, mas também identifica um campo de forças, tornando-o perceptível e compreensível por meio dos conflitos que os permeiam.

Considerando o cenário político atual do Brasil, é evidente a configuração de um campo de confronto: enquanto observamos um progresso nas últimas décadas em

relação à conquista e consolidação de direitos por grupos marginalizados, agora enfrentamos uma reação a esses avanços, visando manter o status quo de privilégios e desigualdades que historicamente moldam a sociedade brasileira, liderada por setores conservadores do país. Os perfis funcionam como territórios de disputas simbólicas, do qual defende-se a necessidade de uma atuação politicamente mais engajada, mesmo que esse não seja o objetivo final do perfil, apresentando o fenômeno do aquilombamento e da produção cultural negra como prática e narrativa insurgentes e contra-hegemônicas ancoradas na afirmação das subjetividades e identidades dissidentes. Na linha de frente dessa batalha pelos direitos estão os grupos considerados minoritários, como os movimentos negros, LGBTQI+, indígenas e feministas, que se organizam coletivamente por meio dos movimentos sociais. Ao afirmar sua negritude, as influenciadoras negras estão disputando espaços antes dominados por narrativas dominantes, enquanto também reivindicam novas formas de representação e visibilidade.

Neste contexto, entende-se os perfis-territórios das influenciadoras, como movimentos insurgentes negros, explorando a influência da diáspora na realidade brasileira e seu impacto na formação de uma identidade cultural marginalizada. Em última análise, trata-se de aquilombamento (Nascimento, 2019), cujo objetivo compreende as possibilidades que a negritude afrodiáspórica, enquanto categoria social dissidente, pode oferecer em termos de estratégias de organização e resistência cultural anticolonial. Abdias Nascimento (2019) entende o aquilombamento como a presença do ideal quilombista na vida e na identidade afro-brasileira, mesmo quando reprimido pelas estruturas sociais dominantes como ocorre nas plataformas. No entanto, há também momentos em que os negros se apropriam dos mecanismos concedidos pela sociedade dominante para controlá-los, revertendo seu propósito original em uma forma de resistência. Essa reversão sugere que os negros estão usando as próprias ferramentas que lhes são dadas para desafiar as estruturas de poder. Ou seja, pode-se entender o momento histórico presente como um espaço de significantes abertos, um entre, onde os efeitos de um passado colonial recente ainda perduram e se desdobram, ao mesmo tempo em que coexistem com formas emergentes de existir no mundo. Seja de forma gradativa ou a partir do acirramento de conflitos, o fato é que, nesse tempo-espaço contemporâneo, encontram-se em constante negociação o velho e o novo, o conservador e o progressista, o tradicional e o inovador, sendo a dimensão social e cultural um terreno de disputas e embates de ordem simbólica e a resistência é coletiva.

Por isso, assim como hooks (2019), esta tese entende que a margem não deve ser encarada apenas como um espaço periférico, caracterizado por perda e privação, mas sim como um espaço de resistência e oportunidade. Em outras palavras, a condição de escassez de recursos em várias esferas também pode ser vista como um lugar de potencialidade, pois, como a autora sintetiza, a opressão cria as condições para a resistência. Reconhecer que a população brasileira é de maioria negra e que o racismo envolve dimensões políticas, ideológicas, históricas e, sobretudo, de poder é fundamental para que haja um ambiente favorável às rupturas, inclusive, epistêmicas.

Como limitações e dificuldades desta pesquisa, em níveis epistemológico, teórico e metodológico, questionar as produções científicas que acentuam uma unidade social inexistente e olhar para os mecanismos repressivos, persuasivos ou dissuasivos que mantêm as estruturas de poder, é sempre desafiador, porque lida com apagamentos e silenciamentos. Fanon (2020) explica que falar é apresentar a capacidade de utilizar determinada sintaxe para assumir um instrumento cultural, que é a linguagem, de modo que a colonização não se limita à subordinação material de um povo, mas inclui outras frentes como a literatura, filosofia, conhecimento científico, onde são enaltecidos os feitos históricos que demarquem a superioridade do europeu e justificam sua hegemonia perante o mundo. No caso de um povo colonizado, que segundo o autor, tem um complexo de inferioridade por ter tido a sua própria cultura sepultada, existe um confronto junto ao seu grupo de origem, e ao mesmo tempo uma tentativa de aproximação à linguagem da nação civilizadora para estabelecer uma sensação de igualdade. O comum é que esta assimilação cultural afaste o negro de seus semelhantes e promova a valorização superestimada da cultura europeia.

Primeiro, que há uma variedade, com mais de 90 perfis citados nas matérias jornalísticas analisadas preliminarmente, isso já demonstra uma variedade significativa de perfis que poderiam ser analisados em nível macro, mas que esbarram nas dificuldades impostas pelas plataformas de obter informações via Interfaces de Programação de Aplicativos (APIs). Os algoritmos, ditos “neutros”, são restritos para essas análises que incluem olhar a estrutura da rede de forma ampla e interconectada. As dificuldades, também relacionadas à quantidade de informações, persistiram mesmo em um nível micro, já que em um curto intervalo de tempo, apenas três anos distintos, foram mais de 1400 postagens feitas pelas três influenciadoras. Isso demonstra um problema contemporâneo relacionado à produção de conteúdo excessivo, em um contexto de hiperconectividade, que é alimentado pelas dinâmicas das plataformas. Os

efeitos disso para as influenciadoras, mercado de marketing e os seguidores podem ser analisados tanto separadamente quanto em conjunto.

Separadamente, Karhawi e Prazeres (2022) entendem os influenciadores como trabalhadores das plataformas, em que suas atuações devem ser compreendidas a partir da gerência e do impacto dessas empresas de tecnologia em suas rotinas produtivas, além de nomear de “exaustão algorítmica” as particularidades do esgotamento vivido por eles. As autoras concluem que, as condições atuais do trabalho dos influenciadores digitais refletem uma profissão que opera em um ambiente não regulamentado, impulsionado pela cultura online e pela tecnologia, e sujeito a exigências de produtividade e punições típicas do capitalismo de plataforma. São lógicas de trabalho contemporâneas que geram nos trabalhadores do mercado de influência digital impactos não só nas dinâmicas sociais, mas também na saúde física e mental dessas pessoas (Karhawi e Prazeres, 2022).

Duffy (2020) considera que os processos e as lógicas da plataformização desse mercado estão cada vez mais instáveis e inseguros para quem faz parte dele, porque são trocas desiguais entre as plataformas e os trabalhadores, considerando que a circulação e o consumo de conteúdos mediados pelos algoritmos são enigmáticos e, por vezes, até tendenciosos. Para a autora, participar destes mercados plataformizados, como fazem as influenciadoras digitais, passa cada vez mais pela compreensão e antecipação da volatilidade dos algoritmos e da ecologia das plataformas, já que os trabalhadores de ambientes online dependem de sistemas de métricas para a construção de visibilidade, reputação e avaliações (classificações de audiência e da indústria). Para as influenciadoras negras, que vêm de uma herança de desumanização e invisibilidade por causa das questões histórico-culturais, sociais e socioeconômicas, tais tensionamentos são ainda mais agravados, pois já há uma tendência de menor participação no mercado de trabalho, considerando que mulheres negras sempre estiveram à margem do mercado, formal e informal, brasileiro.

Lidar com a transmissão de privilégios e as violências racistas e sexistas que funcionam como partes da ordem social é fundamental para que haja um enfrentamento que compete à sociedade em geral. O questionamento sobre a efetividade desse enfrentamento, por vezes denominados antirracistas, vem quando se esbarra na falta de interesse daqueles que são responsáveis pela manutenção do poder (inclusive sobre os corpos negros) em tirar essas pautas da invisibilidade. Nesse caminho, é preciso atentar também ao incômodo causado por essas vozes negras, ao reivindicar o direito de ter voz

e o direito à própria vida. Irão surgir mecanismos para silenciar essas vozes e é importante entendê-los como parte do processo de repressão. Desestabilizar a norma é visto como agressivo e isso ocorre porque há disputas de poderes e, conseqüentemente, de lugares de privilégios. Daí a importância de se romper com as hierarquias instituídas pelos discursos autorizados.

Respeito e tolerância, por parte dos não negros, é o mínimo, mas não o suficiente para estruturar pensamentos críticos e questionadores que contribuirão para desestabilizar o que está posto. Por isso, a necessidade de entender como esse movimento de autodefinição, alinhado aos pensamentos de bell hooks (2019), volta-se para o processo de autorrecuperação e autorrealização da história de mulheres negras, considerando o desafio que é para essas mulheres se manifestarem, já que isso, por si só, confronta o poder normativo. Conforme afirma hooks (2019, p.27), “na resistência, o explorado, o oprimido trabalha para expor a falsa realidade - para reivindicar e recuperar a nós mesmas”. Esta tese é parte desse esforço coletivo, e também individual.

Soma-se a isso, questionamentos em torno da naturalização do processo de racialização de modo que nos faça perceber os silenciamentos e, neste caso, as contribuições das mulheres negras para a cultura e a influência na esfera digital. O letramento racial envolve uma consciência e compreensão das dinâmicas raciais presentes na sociedade, incluindo o reconhecimento das desigualdades históricas e contemporâneas, a compreensão dos sistemas de opressão racial e a apreciação da diversidade racial e cultural (Schucman, 2022). Isso inclui a capacidade de identificar e desafiar estereótipos raciais, reconhecer os privilégios e as disparidades que envolvem a raça; estar ciente das experiências e perspectivas de grupos racial e socialmente marginalizados.

Ao desvincular esta tese da crença da democracia racial para a racialização de pessoas brancas enquanto categoria social, entendendo-o também como sujeito racializado e o colocando como fator importante na problemática racista, estou contribuindo com o longo caminho já percorrido pelos movimentos negros e pelas pesquisas produzidas nesse campo de modo a expandir e colocar luz na sub-representação de pessoas negras na mídia, além de ampliar as vozes e perspectivas que são frequentemente negligenciadas, já que, no Brasil, produzir racismos e negá-lo são movimentos complementares e não antagonistas (Severo, 2021). O letramento racial (Schucman, 2022) evocado nesta tese não é apenas sobre conhecimento teórico, mas também se refere a ações práticas e isso significa observar as medidas concretas feitas

pelas influenciadoras digitais para desafiar o racismo, de forma consciente ou não, contribuindo para promover a equidade racial. Ao estudá-las, é possível aprender sobre suas jornadas, a forma que enfrentam desafios, superam estereótipos e promovem conexões entre os seus públicos. Isso, dentro das plataformas, pode contribuir para a construção de modelos críticos e positivos para jovens negros e outros grupos minoritários, além de perceber como a sociedade e o mercado de trabalho contemporâneo da Comunicação entende a mulher negra.

Existe, ainda, a necessidade de pesquisas que não sejam baseadas apenas nos pensamentos ocidentais europeus, tidos como centrais, legítimos e utilizados para a manutenção de poder. Óbvio, que a intenção não é uma ruptura com o modo europeu de fazer Ciência, mas, sobretudo, oferecer a possibilidade de olhar para ensinamentos de outros povos, a partir das suas especificidades, de forma legítima. Para estudos futuros, sugiro pesquisas que considerem a influência digital, a partir de uma perspectiva racializada, por ser imprescindível considerar como as experiências digitais das mulheres negras podem tanto desafiar quanto perpetuar as fronteiras estabelecidas pela cultura dominante, considerando que a população negra brasileira é a maior do mundo fora do continente africano. Os resultados desta pesquisa, assim como esta tese, podem servir como uma base sólida para questionar, discutir e reformular decisões que são muitas vezes aceitas como “naturais” dentro do contexto do mercado de trabalho brasileiro, especialmente no que diz respeito às atividades online. Esses esforços se alinham com a implementação de mecanismos sociais inclusivos que estão sendo desenvolvidos em várias frentes no nosso país, que visam repensar as desigualdades enfrentadas por grupos sociais marginalizados. Para que haja mudanças, é fundamental não somente refletir sobre as formas e a complexidade de como as mulheres negras ocupam diversos espaços sociais, mas também trabalhar para que essas vozes sejam ouvidas.

REFERÊNCIAS

- ABED, Salma S.; DWIVEDI, Yogesh K.; WILLIAMS, Michael D. **Social media as a bridge to e-commerce adoption** in SMEs: A systematic literature review. *The Marketing Review*, v. 15, n. 1, p. 39-57, 2015.
- ABIDIN, Crystal. **Internet celebrity: Understanding fame online**. Emerald Group Publishing, 2018.
- ABIDIN, Crystal; KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais, celebridades da internet e 'blogueirinhas': uma entrevista com Crystal Abidin**. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 289-301, jan.-abr. 2021
- ABÍLIO, Ludmila Costhek; AMORIM, Henrique; GROHMANN, Rafael. **Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas**. *Sociologias*, v. 23, p. 26-56, 2021.
- AGOSTINO, Deborah; MICHELA, Arnaboldi; ANNA, Calissano. **How to quantify social media influencers: An empirical application at the Teatro alla Scala**. *Heliyon*, v. 5, n. 5, p. e01677, 2019.
- ALFALAHI, Kanna; ATIF, Yacine; ABRAHAM, Ajith. **Models of influence in online social networks**. *International journal of intelligent systems*, v. 29, n. 2, p. 161-183, 2014.
- ALAIMO, Cristina; KALLINIKOS, Jannis. **Computing the everyday: Social media as data platforms**. *The Information Society*, v. 33, n. 4, p. 175-191, 2017.
- AMIM, Isabela Dias; MENANDRO, Paulo Rogério Meira. **Preferências por características do futuro filho adotivo manifestadas por pretendentes à adoção**. *Interação em Psicologia*, v. 11, n. 2, 2007.
- AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019
- ALVES DE CASTRO, Charles; O'REILLY DR, Isobel; CARTHY, Aiden. **Social media influencers (SMIs) in context: a literature review**. 2021.
- AMORIM, Cláudia Lanyelle Revorêdo de; ALÉSSIO, Renata Lira dos Santos; DANFÁ, Lassana. **Mulheres negras e construção de sentidos de identidade na transição capilar**. *Psicologia & Sociedade*, v. 33, p. e224920, 2021.
- ANDRADE, Alice Oliveira de. **Aquilombamento virtual midiático: uma proposta teórico-metodológica para o estudo das mídias negras**. Orientador: Maria do Socorro Furtado Veloso. 2023. 341f. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023.
- ANDREWS, George Reid. **Negros e Brancos em São Paulo**. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: Edusc, 1998.
- ANGWIN, Julia; PARRIS JR, Terry. **Facebook lets advertisers exclude users by race**. *ProPublica* blog, v. 28, 2016.

ANTHIAS, Floya; YUVAL-DAVIS, Nira. **Racialized boundaries: Race, nation, gender, colour and class and the anti-racist struggle**. Routledge, 2005.

ANTUNES, Ricardo (org.). **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0** 1. ed. São Paulo: Boitempo. 333 pp, 2020.

_____. **A explosão do novo proletariado de serviços**. Boitempo, 2018.

ARAÚJO, Joelzito Almeida de; COUCEIRO, Solange Martins. **A negação do Brasil: identidade racial e estereótipos sobre o negro na história da telenovela brasileira**. 1999.

ARAUJO, Felipe Neis. **Black Wadada: dreadlocks, barbas e anticolonialismo entre homens rastafari na Jamaica**. GIS-Gesto, Imagem e Som-Revista de Antropologia, v. 7, n. 1, p. e183458-e183458, 2022.

ARRAMI, Seifallah; OUESLATI, Wided; AKAICHI, Jalel. **Detection of opinion leaders in social networks: A survey**. In: Intelligent Interactive Multimedia Systems and Services 2017 10. Springer International Publishing, 2018. p. 362-370.

ARRIAGADA, Arturo. **Content creators and the field of advertising**. In: CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David. *Creator culture: an introduction to global social media entertainment*. New York: New York University Press, 2021. P. 232-249

BAIROS, Luiza. **Mulher Negra reforço da subordinação**. In *Desigualdade racial no Brasil Contemporâneo*. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 1991

BALDWIN, Carliss Young; CLARK, Kim B. **Design rules: The power of modularity**. MIT press, 2000.

BALLANTINE, Paul W.; YEUNG, Cara Au. **The effects of review valence in organic versus sponsored blog sites on perceived credibility**, brand attitude, and behavioural intentions. *Marketing Intelligence & Planning*, 2015

BAMAKAN, Seyed Mojtaba Hosseini; NURGALIEV, Ildar; QU, Qiang. **Opinion leader detection: A methodological review**. *Expert Systems with Applications*, v. 115, p. 200-222, 2019.

BAPTIST, Edward E. **The half has never been told: Slavery and the making of American capitalism**. Hachette UK, 2016.

Barnett, Michael. **The Rastafari Movement: A North American and Caribbean Perspective**. London : Routledge. 2018.

BASTIDE, Roger e FERNANDES, F. **Branços e Negros em São Paulo**. 3 ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1971.

BAYM, Nancy K. **Personal connections in the digital age**. John Wiley & Sons, 2015.

BECK, Koa. **Feminismo Branco: das sufragistas às influenciadoras digitais e quem elas deixaram para trás**. Rio de Janeiro: Haper Collins Brasil, 2021.

BEHNKEN, Brian D.; SMITHERS, Gregory D. **Racism in American Popular Media: From Aunt Jemima to the Frito Bandito: From Aunt Jemima to the Frito Bandito**. ABC-CLIO, 2015.

BENJAMIN, Walter. **Origem do drama trágico alemão**. Edição e tradução de João Barrento. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

BENJAMIN, Walter. **Sobre o Conceito de História: edição crítica**. São Paulo: Alameda, 2020. (Organização e tradução de Adalberto Müller e Márcio Seligmann-Silva, notas de Márcio Seligmann-Silva.)

BENTO, Maria Aparecida Silva. **Pactos narcísicos no racismo: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público**. 2002. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

_____. **O pacto da branquitude**. Companhia das Letras, 2022.

_____. **Mulher negra no mercado de trabalho**. Revista Estudos Feministas, v. 3, n. 2, p. 479-479, 1995.

BETHENCOURT, Francisco. **Racismos: Das Cruzadas ao século XX**. São Paulo: Cia das Letras, 2015.

BILGE, Sirma. **Intersectionality undone: Saving intersectionality from feminist intersectionality studies**¹. Du Bois review: Social science research on race, v. 10, n. 2, p. 405-424, 2013.

BIVENS, Rena; HAIMSON, Oliver L. **Baking gender into social media design: How platforms shape categories for users and advertisers**. Social Media+ Society, v. 2, n. 4, p. 2056305116672486, 2016.

BOAS, F. **Antropologia cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BONSU, Samuel K. **Colonial images in global times: Consumer interpretations of Africa and Africans in advertising**. Consumption, Markets and Culture, v. 12, n. 1, p. 1-25, 2009.

boyd, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of computer-mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

BONILLA-SILVA, Eduardo. **Rethinking racism: Toward a structural interpretation**. American sociological review, p. 465-480, 1997.

BOWKER, Geoffrey C. **Memory practices in the sciences**. Mit Press, 2008.

BOTELHO, Estela Márcia França Aido et al. **Adoção de crianças negras: a visão de profissionais que atuam no sistema jurídico da infância e juventude**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, v. 10, n. 19, p. 205-225, 2018.

BRAGA, Leonardo Izoton. **Walter Benjamin e a filosofia da escrita: apresentação, constelação e crítica**/Walter Benjamin and the philosophy of writing: presentation, constellation and criticism. Cadernos Benjaminianos, v. 14, n. 2, p. 11-19.

BREVES, Priska Linda et al. **The perceived fit between instagram influencers and the endorsed brand: How influencer-brand fit affects source credibility and persuasive effectiveness**. Journal of Advertising Research, v. 59, n. 4, p. 440-454, 2019.

BROCK, André. **From the blackhand side: Twitter as a cultural conversation**. Journal of Broadcasting & Electronic Media, v. 56, n. 4, p. 529-549, 2012.

BROCK JR, André. **Distributed blackness**. In: Distributed Blackness. New York University Press, 2020.

BROCK, André; KVASNY, Lynette; HALES, Kayla. **Cultural appropriations of technical capital: Black women, weblogs, and the digital divide**. Information, Communication & Society, v. 13, n. 7, p. 1040-1059, 2010.

BROWN, Duncan; HAYES, Nick. **Influencer marketing**. Routledge, 2008.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R. **A bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo**. Cadernos de pesquisa, n. 110, p. 67-104, 2000.

BRUNS, Axel. **After the ‘APIcalypse’: Social media platforms and their fight against critical scholarly research**. Information, Communication & Society, v. 22, n. 11, p. 1544-1566, 2019.

BUENO, Winnie. **Imagens de controle: um conceito do pensamento de Patricia Hill Collins**. Porto Alegre: Zouk, 2020.

BUCHER, Taina. **Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook**. New media & society, v. 14, n. 7, p. 1164-1180, 2012.

_____. **Networking, or what the social means in social media**. Social Media+ Society, v. 1, n. 1, p. 2056305115578138, 2015.

BULMER, Martin; SOLOMOS, John (Ed.). **Researching race and racism**. Routledge, 2004.

BUOLAMWINI, Joy; GEBRU, Timnit. **Gender shades: Intersectional accuracy disparities in commercial gender classification**. In: Conference on fairness, accountability and transparency. PMLR, 2018. p. 77-91

BURTON, Dawn. **“Reading” whiteness in consumer research**. Consumption, Markets and Culture, v. 12, n. 2, p. 171-201, 2009.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 15. ed. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

BUTLER, Judith. **Cuerpos que importan: sobre los limites materiales y discursivos del “sexo”**. Buenos Aires: Paidós, 2002.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

CALISKAN, Aylin; BRYSON, Joanna J.; NARAYANAN, Arvind. **Semantics derived automatically from language corpora contain human-like biases**. Science, v. 356, n. 6334, p. 183-186, 2017.

CAMPBELL, Colin; FARRELL, Justine Rapp. **More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing**. Business horizons, v. 63, n. 4, p. 469-479, 2020.

CAMPBELL, Colin; GRIMM, Pamela E. **The challenges native advertising poses: Exploring potential federal trade commission responses and identifying research needs**. Journal of Public Policy & Marketing, v. 38, n. 1, p. 110-123, 2019.

CAMPOS, Luiz Augusto; LIMA, Marcia; GOMES, Ingrid. **Os estudos sobre relações raciais no Brasil: uma análise da produção recente (1994-2013)**. In: Sérgio Miceli; Carlos Benedito Martins (org.). *Sociologia Brasileira Hoje II*. Cotia: Ateliê Editorial, 2018, v. 2, pp. 199-234.

CANO, Amparo E.; MAZUMDAR, Suvodeep; CIRAVEGNA, Fabio. **Social influence analysis in microblogging platforms—a topic-sensitive based approach**. *Semantic Web*, v. 5, n. 5, p. 357-372, 2014.

CARDOSO, Edson Lopes. **"Brasil nunca foi tão negro"**. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/brasil-nunca-foi-tao-negro-diz-edson-lopes-cardoso> Acesso em: 03 de março de 2024.

CARDOSO, Edson Lopes. **Nada os trará de volta: escritos sobre racismo e luta política**. Companhia das Letras, 2022.

CARRERA, Fernanda; CARVALHO, Denise. **Algoritmos racistas: uma análise de hiper-ritualização da solidão da mulher negra em bancos de imagens digitais**. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 28, Porto Alegre, 2019

CARNEIRO, Sueli. **Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero**. *Racismos contemporâneos*. Rio de Janeiro: Takano Editora, 2003.

CARNEIRO, Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. Tese (Doutorado em Educação). Universidade de São Paulo, 2005. São Paulo, SP.

CARNEIRO, Sueli. **Escritos de uma vida**. BOD GmbH DE, 2019

CARNEIRO Sueli e SANTOS Thereza. **Mulher Negra**. São Paulo: Nobel/Conselho Estadual da Condição Feminina, 1985 .

CASTRO, Nadya e GUIMARÃES, Antonio S. A. **"Desigualdades raciais no mercado e nos locais de trabalho"**. *Estudos AfroAsiáticos*, nº 24, 1993, pp. 23- 60.

CÉSAIRE, Aimé. **Discurso sobre a negritude**. Carlos Moore (org.). Belo Horizonte: Nandyala, 2010

CHAIA Miguel. **Negro entre o Trabalho Forçado e o Trabalho Restrito**. *Revista São Paulo em Perspectiva*. São Paulo: Fundação Seade, 1988

CHAPPUIS, Bertil; GAFFEY, Brendan; PARVIZI, Parviz. **Are your customers becoming digital junkies?**. 2011

CHAN, Kenny K.; MISRA, Shekhar. **Characteristics of the opinion leader: A new dimension**. *Journal of advertising*, v. 19, n. 3, p. 53-60, 1990.

CHO, Sumi; CRENSHAW, Kimberlé Williams; MCCALL, Leslie. **Toward a field of intersectionality studies: Theory, applications, and praxis**. *Signs: Journal of women in culture and society*, v. 38, n. 4, p. 785-810, 2013.

CHOPRA, Anjali; AVHAD, Vrushali; JAJU, and Sonali. **Influencer marketing: An exploratory study to identify antecedents of consumer behavior of millennial**. *Business Perspectives and Research*, v. 9, n. 1, p. 77-91, 2021.

CHUN, Wendy Hui Kyong. **Introduction: Race and/as technology; or, how to do things to race.** *Camera Obscura*, v. 24, n. 1 (70), p. 7-35, 2009.

CLARK, Meredith D. **To tweet our own cause: A mixed-methods study of the online phenomenon "Black Twitter"**. 2014. Tese de Doutorado. The University of North Carolina at Chapel Hill.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento.** Boitempo Editorial, 2019.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade.** Boitempo Editorial, 2021.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (org.). **História do corpo: as mutações do olhar: o século XX.** Tradução e revisão de Ephraim Ferreira Alves. 4. ed. 3. reimp. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017a. v. 3.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (org.). **História do corpo: da Renascença às Luzes.** Tradução de Lúcia M. E. Orth; rev. da tradução de Ephraim Ferreira Alves. 5. ed. 2. reimp. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017b. v. 1.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (org.). **História do corpo: da Revolução à Grande Guerra.** Tradução de João Batista Kreuch e Jaime Clasen; rev. da tradução de Ephraim Ferreira Alves. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. v. 2

CRARY, Jonathan. **24/7 – Capitalismo tardio e os fins do sono.** São Paulo: Ubu, 2016.

CUI, Geng. **Marketing to ethnic minority consumers: A historical journey (1932-1997).** *Journal of Macromarketing*, v. 21, n. 1, p. 23-31, 2001.

DAHRENDORF, Ralf. **Ensaio de Teoria da Sociedade.** São Paulo: Zahar Editores e Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: EDUFBA, 2020.

DANIELS, Jessie. **Cyber racism: White supremacy online and the new attack on civil rights.** Rowman & Littlefield Publishers, 2009

DANIELS, Jessie; NKONDE, Mutale; MIR, Darakhshan. **Advancing racial literacy in tech.** 2019.

DANIELS, Jessie. **The trouble with white feminism: Whiteness, digital feminism and the intersectional internet.** *Digital Feminism and the Intersectional Internet* (February 16, 2015), 2015.

_____. **Twitter and white supremacy: A love story.** 2017.

_____. **Race and racism in Internet studies: A review and critique.** *new media & society*, v. 15, n. 5, p. 695-719, 2013.

DÁVILA, Jerry. **Diploma de brancura: política social e racial no Brasil, 1917-1945.** Unesp, 2006.

- DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Boitempo Editorial, 2016.
- DAVIS, Judy Foster. Selling whiteness?—**A critical review of the literature on marketing and racism**. *Journal of Marketing Management*, v. 34, n. 1-2, p. 134-177, 2018.
- DEMELLO, Margo. **Estudos do corpo**. Editora Vozes, 2023.
- DESSERT, Laurence; VELOUTSOU, Cleopatra; MORGAN-THOMAS, Anna. **Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective**. *Journal of Product & Brand Management*, v. 24, n. 1, p. 28-42, 2015.
- DE VEIRMAN, Marijke; CAUBERGHE, Veroline; HUDDERS, Liselot. **Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude**. *International journal of advertising*, v. 36, n. 5, p. 798-828, 2017.
- DJAFAROVA, Elmira; TROFIMENKO, Oxana. **‘Instafamous’—credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media**. *Information, communication & society*, v. 22, n. 10, p. 1432-1446, 2019.
- DOMINGOS, Pedro. **Mining social networks for viral marketing**. *IEEE Intelligent Systems*, v. 20, n. 1, p. 80-82, 2005.
- DU BOIS, William Edward Burghardt. **The souls of white folk**. New York, NY: The Independent, 1920
- DU BOIS, William Edward Burghardt. **As almas do povo negro**. Veneta, 2021.
- EBRAHIM, Surama Gusmão. **Adoção tardia: altruísmo, maturidade e estabilidade emocional**. *Psicologia: Reflexão e crítica*, v. 14, p. 73-80, 2001.
- ELMER, Greg; LANGLOIS, Ganaele; REDDEN, Joanna (Ed.). **Compromised data: From social media to big data**. Bloomsbury Publishing USA, 2015.
- ELTIS, David. **The rise of African slavery in the Americas** Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- EMBAR, Varun R. et al. **Online topic-based social influence analysis for the wimbledon championships**. In: *Proceedings of the 21th ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining*. 2015. p. 1759-1768.
- ENKE, Nadja; BORCHERS, Nils S. **Social media influencers in strategic communication: A conceptual framework for strategic social media influencer communication**. *International journal of strategic communication*, v. 13, n. 4, p. 261-277, 2019.
- EVANS, Nathaniel J. et al. **Disclosing Instagram influencer advertising: The effects of disclosure language on advertising recognition, attitudes, and behavioral intent**. *Journal of interactive advertising*, v. 17, n. 2, p. 138-149, 2017.
- EVARISTO, Conceição. **Olhos d’água**. Rio de Janeiro: Pallas/Fundação Biblioteca Nacional, 2016.
- FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2020.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Dominus, 1965

FIELDS, Barbara J.; FIELDS, Karen E. **Racecraft: The soul of inequality in American life**. Verso Books, 2022.

FLISFEDER, Matthew. **The entrepreneurial subject and the objectivization of the self in social media**. *South Atlantic Quarterly*, v. 114, n. 3, p. 553-570, 2015.

FLODGREN, Gerd et al. **Local opinion leaders: effects on professional practice and healthcare outcomes**. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, n. 6, 2019.

FRANÇA, Andressa Silvério Terra. **Talcott Parsons: apontamentos para uma análise institucional**. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*, v. 10, n. 97, p. 181-204, 2009

FARKAS, Johan; SCHOU, Jannick; NEUMAYER, Christina. **Cloaked Facebook pages: Exploring fake Islamist propaganda in social media**. *New Media & Society*, v. 20, n. 5, p. 1850-1867, 2018.

FEAGIN, Joe; ELIAS, Sean. **Rethinking racial formation theory: A systemic racism critique**. *Ethnic and Racial Studies*, v. 36, n. 6, p. 931-960, 2013.

FREITAS, Lorena R. T. de . **heteronormatividade e resistência na construção da subjetividade de mulheres lésbicas: um olhar desde o feminismo decolonial**. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 12: ?Lugares de fala: direitos, diversidades, afetos?, 2021, Florianópolis. Seminário Internacional Fazendo Gênero 12 (Anais Eletrônicos), 2021

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime de economia patriarcal**. São Paulo: Global, 2003 [1933]

FRY, Peter. **Feijoada e soul food 25 anos depois. Fazendo antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: DP&A, p. 35-56, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. In: *Microfísica do poder*. 2000. p. 295-295.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade: a vontade de saber**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque; J. A. Guilhon Albuquerque. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2017. v. 1

FOUCAULT, Michel. **História da loucura na Idade Clássica**. Tradução de José Teixeira Coelho Netto. São Paulo: Perspectiva, 2003.

GABRIEL, Deborah. **Blogging while Black, British and female: A critical study on discursive activism**. *Information, Communication & Society*, v. 19, n. 11, p. 1622-1635, 2016.

GAENSSLE, Sophia; BUDZINSKI, Oliver. **Stars in social media: New light through old windows?** *Journal of Media Business Studies*, v. 18, n. 2, p. 79-105, 2021.

GAGO, Verónica. **A potência feminista ou o desejo de transformar tudo**. São Paulo: Elefante, 2020.

GANDINI, Alessandro. **Digital work: Self-branding and social capital in the freelance knowledge economy**. *Marketing theory*, v. 16, n. 1, p. 123-141, 2016.

GERLITZ, Carolin; HELMOND, Anne. **The like economy: Social buttons and the data-intensive web.** *New media & society*, v. 15, n. 8, p. 1348-1365, 2013.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos.** Parágrafo, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan.-abr. 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em: 29 jun. 2022

_____. **The Politics of ‘Platforms.’** *New Media & Society*. V.12, n. 3, pp. 1-19, 2010.

GILROY, Paul. **O Atlântico negro: modernidade e dupla consciência.** Editora 34, 2010.

GLUCKSMAN, Morgan. **The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink.** *Elon Journal of undergraduate research in communications*, v. 8, n. 2, p. 77-87, 2017.

GLUCKSMAN, Morgan. **The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink.** *Elon Journal of undergraduate research in communications*, v. 8, n. 2, p. 77-87, 2017.

GRIER, Sonya A.; THOMAS, Kevin D.; JOHNSON, Guillaume D. **Re-imagining the marketplace: Addressing race in academic marketing research.** *Consumption Markets & Culture*, v. 22, n. 1, p. 91-100, 2019

GOLDSMITH, Ronald E.; LAFFERTY, Barbara A.; NEWELL, Stephen J. **The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands.** *Journal of advertising*, v. 29, n. 3, p. 43-54, 2000.

GOMES, Nilma Lino. **Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** Autêntica Editora, 2020

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano.** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2020.

GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. **Lugar de negro.** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2020.

GOPALDAS, Ahir; DEROY, Glenna. **An intersectional approach to diversity research.** *Consumption Markets & Culture*, v. 18, n. 4, p. 333-364, 2015.

GOPALDAS, Ahir; SIEBERT, Anton. **Women over 40, foreigners of color, and other missing persons in globalizing mediascapes: understanding marketing images as mirrors of intersectionality.** *Consumption Markets & Culture*, v. 21, n. 4, p. 323-346, 2018.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. **Baianos e paulistas: duas “escolas” de relações raciais?** *Tempo Social*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 75-95, 1999a

_____. **Racismo e anti-racismo no Brasil.** Editora 34, 1999.

HAESBAERT, Rogério. **Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade.** Porto Alegre, p. 16, 2004.

HALL, Stuart. **The work of representation**. In: _____ (ed). Representation. Cultural Representations and Signifying Practices. London/Thousand Oaks/New Delhi Sage/Open University, 1997

HAND, Martin. **Ubiquitous photography**. Polity, 2012.

HASENBALG, C. A. **Discriminação e desigualdades raciais no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

HEARN, Alison; SCHOENHOFF, Stephanie. **From celebrity to influencer: Tracing the diffusion of celebrity value across the data stream**. A companion to celebrity, p. 194-212, 2015.

HELMOND, Anne et al. **Social media and platform historiography: Challenges and opportunities**. TMG–Journal for Media History, v. 22, n. 1, 2019.

HELMOND, Anne. **The platformization of the web: Making web data platform ready**. Social media+ society, v. 1, n. 2, p. 2056305115603080, 2015.

HELLEVIK, Ottar; BJØRKLUND, Tor. **Opinion leadership and political extremism**. International Journal of Public Opinion Research, v. 3, n. 2, p. 157-181, 1991

HENDERSON, Geraldine Rosa; HAKSTIAN, Anne-Marie; WILLIAMS, Jerome D. **Consumer equality: Race and the American marketplace**. ABC-CLIO, 2016.

HENRIQUES, R. **Desigualdade racial no Brasil: evolução das condições de vida na década de 90**. Rio de Janeiro: Ipea, 2001. 49 p. (Texto para Discussão Ipea, n. 807)

HILL, Sally Rao; TROSHANI, Indrit; CHANDRASEKAR, Dezri. **Signalling effects of vlogger popularity on online consumers**. Journal of Computer Information Systems, 2017.

HOFBAUER, Andreas. **Uma História do Branqueamento ou o Negro em Questão**. São Paulo: Editora da UNESP, 2006.

HOOKS, Bell. **Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade**. Tradução de Marcelo Brandão Cipolla. 2. ed. São Paulo: Elefante, 2017.

_____. *Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra*. São Paulo, Elefante, 2019a.

_____. **Anseios: raça, gênero e políticas culturais**. Editora Elefante, 2019b.

_____. **1. Teoria feminista**. Editora Perspectiva SA, 2019c.

HUI, Yuk. **Tecnodiversidade**. Ubu Editora, 2020.

HUDDERS, Liselot; DE JANS, Steffi; DE VEIRMAN, Marijke. **The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers**. Social media influencers in strategic communication, p. 24-67, 2021.

IANNI, Octávio. **As metamorfoses do escravo**. 2 ed. Breve e aumentada, São Paulo: Hucitec, 1980.

INTRONA, Lucas D.; NISSENBAUM, Helen. **Shaping the Web: Why the politics of search engines matters**. The information society, v. 16, n. 3, p. 169-185, 2000.

- JACKSON, Sarah J. **(Re) imagining intersectional democracy from Black feminism to hashtag activism.** *Women's Studies in Communication*, v. 39, n. 4, p. 375-379, 2016.
- JAMERSON, W. Trevor. **Race, markets, and digital technologies: Historical and conceptual frameworks.** *Race in the marketplace: Crossing critical boundaries*, p. 39-54, 2019.
- JENKINS, Henry. **Cyberspace and race.** *Technology Review*, v. 105, n. 3, p. 89-89, 2002
- JERKINS, Morgan. **The quiet racism of instagram filters.** *Racked. Com*, 2015.
- JIN, S. Venus; RYU, Ehri. **“I'll buy what she's# wearing”:** **The roles of envy toward and parasocial interaction with influencers** in Instagram celebrity-based brand endorsement and social commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 55, p. 102121, 2020.
- JOHNS, Amelia. **Flagging white nationalism ‘after Cronulla’: from the beach to the net.** *Journal of Intercultural Studies*, v. 38, n. 3, p. 349-364, 2017.
- JOHNSON, Gabbrielle M. **Algorithmic bias: on the implicit biases of social technology.** *Synthese*, v. 198, n. 10, p. 9941-9961, 2021.
- JOHNSON, Guillaume D. et al. (Ed.). **Race in the marketplace: Crossing critical boundaries.** Springer International Publishing, 2019.
- KALU, Felicia. **The Impact Of Social Media Influencer Marketing On Purchase Intention From An Irish Male Millennial’s Perception: A Case Study Of Irish Fashion Industry.** 2019. Tese de Doutorado. Dublin, National College of Ireland.
- KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.** *Business horizons*, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.
- KATZ, Elihu et al. **Leadership stability and social change: an experiment with small groups.** *Sociometry*, v. 20, n. 1, p. 36-50, 1957.
- KATZ, Elih. **Where are opinion leaders leading us?.** *International Journal of Communication*, v. 9, p. 1023, 2015.
- KARHAWI, Issaaf. **De blogueira à influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira.** Editora Sulina, 2021.
- KARHAWI, Issaaf; PRAZERES, Michelle. **Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental.** *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, v. 16, n. 4, p. 800-819, 2022.
- KATSIMPRAS, Georgios; VOGIATZIS, Dimitrios; PALIOURAS, Georgios. **Determining influential users with supervised random walks.** In: *Proceedings of the 24th international conference on world wide web*. 2015. p. 787-792.
- KHAMIS, Susie; ANG, Lawrence; WELLING, Raymond. **Self-branding, ‘microcelebrity’ and the rise of Social Media Influencers.** *Celebrity studies*, v. 8, n. 2, p. 191-208, 2017.
- KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano.** Editora Cobogó, 2020.

KNIGHT, Franklin W. **La diaspora africaine. with contributions from Yusuf Talib and Philip D. Curtin**, in *Histoire Générale de l'Afrique*, VI. L'Afrique au XIXe siècle jusque vers les années, 1880.

LAESTADIUS, Linnea e Witt, ALICE. **The SAGE Handbook of Social Media Research Methods**. 0 vols. 55 City Road, London: SAGE Publications Ltd, 2022. *Sage Knowledge*, 22 Jun 2023, doi: <https://doi.org/10.4135/9781529782943>.

LAMERICHS, Nicolle et al. **Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media**. *Participations*, v. 15, n. 1, p. 180-206, 2018.

LAZARSELD, Paul F.; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **The people's choice**. In: *The people's choice*. Columbia University Press, 1968.

LEAVER, Tama; HIGHFIELD, Tim; ABIDIN, Crystal. **Instagram: Visual social media cultures**. John Wiley & Sons, 2020.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. 2. ed. Tradução de Sonia M.S. Fuhrmann. Petrópolis: Vozes, 2007.

LEDERER, Laura J.; DELGADO, Richard. Introduction. In: LEDERER, Laura J.; DELGADO, Richard (ed.). **The price we pay: the case against racist speech, hate propaganda and pornography**. New York: Hill e Wang, 1995. p. 3–13.

LEVCHAK, Charisse C.; LEVCHAK, Charisse C.; AL-SAYED. **Microaggressions and modern racism**. Springer International Publishing, 2018.

LEVY, Pierre. **Cibercultura** São Paulo: Editora 34, 1999.

LEONARD, David. **Young, black (& brown) and don't give a fuck: Virtual gangstas in the era of state violence**. *Cultural Studies? Critical Methodologies*, v. 9, n. 2, p. 248-272, 2009.

LIM, Xin Jean et al. **The impact of social media influencers on purchase intention and the mediation effect of customer attitude**. *Asian journal of business research*, v. 7, n. 2, p. 19-36, 2017.

LIMA, J.C.; SOARES, M.J.B. **Trabalho flexível e o novo informal**. *Caderno CRH*, v. 15, n. 37, 2002. Disponível em: <<https://bit.ly/2A3pMPz>>. Acesso em 29 jan. 2020.

LIVEIRA, Lucia Helena, PORCARO, Rosa Maria, ARAUJO Tereza Cristina N. **O Lugar do Negro na Força de Trabalho**. Rio de Janeiro: IBGE, 1985

LIPPITT, Ronald; POLANSKY, Norman; ROSEN, Sidney. **The dynamics of power: A field study of social influence in groups of children**. *Human relations*, v. 5, n. 1, p. 37-64, 1952.

LORDE, Audre. **Sou sua irmã: escritos reunidos e inéditos**. Ubu Editora, 2020.

LOVELL, Peggy. **Income and racial inequality in Brazil**. Ph. D. dissertation, University of Florida, 1989.

LÖWY, M. **Walter Benjamin: aviso de incêndio: Uma leitura das teses "Sobre o conceito de história"**. São Paulo: Boitempo, 2005.

- LOU, Chen; YUAN, Shupe. **Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media**. *Journal of interactive advertising*, v. 19, n. 1, p. 58-73, 2019.
- LU, Jessica H.; STEELE, Catherine Knight. **‘Joy is resistance’: Cross-platform resilience and (re) invention of Black oral culture online**. *Information, Communication & Society*, v. 22, n. 6, p. 823-837, 2019.
- LUPTON, Deborah. **Digital sociology**. Routledge, 2014.
- MACHADO, Rebeca Nonato; FÉRES-CARNEIRO, Terezinha; MAGALHÃES, Andrea Seixas. **Parentalidade adotiva: Contextualizando a escolha**. *Psico*, v. 46, n. 4, p. 442-451, 2015.
- MAIO, Marcos Chor. **O Projeto Unesco e a agenda das ciências sociais no Brasil dos anos 40 e 50**. *Revista brasileira de ciências sociais*, v. 14, p. 141-158, 1999.
- MAKRIDES, Anna; VRONTIS, Demetris; CHRISTOFI, Michael. **The gold rush of digital marketing: assessing prospects of building brand awareness overseas**. *Business Perspectives and Research*, v. 8, n. 1, p. 4-20, 2020.
- MANOVICH, Lev. **Instagram and contemporary image**. Nova Iorque: CUNY, 2016.
- MARSHALL, Brandeis. **Algorithmic misogyny in content moderation practice**. Heinrich-Böll-Stiftung European Union, 2021.
- MARINGONI, Gilberto. **O destino dos negros após a Abolição**. *Revista desafios do desenvolvimento*, v. 8, p. 70, 2011.
- MARWICK, Alice E.; BOYD, danah. **I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience**. *New media & society*, v. 13, n. 1, p. 114-133, 2011.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- MATAMOROS-FERNÁNDEZ, Ariadna; FARKAS, Johan. **Racism, hate speech, and social media: A systematic review and critique**. *Television & New Media*, v. 22, n. 2, p. 205-224, 2021.
- MATAMOROS-FERNÁNDEZ, Ariadna. **Platformed racism: The mediation and circulation of an Australian race-based controversy on Twitter, Facebook and YouTube**. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 6, p. 930-946, 2017.
- MCCANN, Margaret; BARLOW, Alexis. **Use and measurement of social media for SMEs**. *Journal of small business and enterprise development*, v. 22, n. 2, p. 273-287, 2015.
- MÉTRAUX, Alfred. **Brazil: land of harmony for all races?.** *Courier*, v. 4, n. 4, p. 3, 1951.
- MELINO, Heloisa. “Lésbicas, prostitutas, travestis e transexuais: uma aliança necessária”. In: SAMYN, Henrique Marques; ARAO, Lina (org.). *Feminismos Dissidentes: perspectivas interseccionais*. São Paulo: Jandaíra, 2021. p. 173-193.
- MIGLIARO GONZÁLEZ, Alicia et al. **Interseccionalidades en el cuerpo-territorio**. Cruz Hernández, D., Bayón Jiménez, M.(Coords) *Cuerpos, Territorios y Feminismos. Compilación latinoamericana de teorías, metodologías y prácticas políticas*. Quito, México: Ediciones Abya

Yala: Instituto de Estudios Ecologistas del Tercer Mundo: Bajo Tierra Ediciones: Libertad Bajo Palabra. pp. 63-82, 2020.

MILLS, Charles W. **O contrato racial: Edição comemorativa de 25 anos**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2023.

MIZAEEL, Táhcita Medrado; BARROZO, Sarah Carolinne Vasconcelos; HUNZIKER, Maria Helena Leite. **Solidão da mulher negra: uma revisão da literatura**. Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN), v. 13, n. 38, p. 212-239, 2021.

MOREIRA, Nubia, et al. **Introdução ao pensamento feminista negro**. Boitempo Editorial, 2022.

MOURA, Clóvis. **Quilombos: resistência ao escravismo**. Editora Ática, 2020.

MOTT, Luiz R. B. **Piauí colonial: população, economia e sociedade**. Teresina: Projeto Petrônio Portela, Governo do Estado do Piauí, 1985.

MOURA, Clóvis. **Rebeliões da Senzala**. 3ª. Edição, São Paulo: Lech Livraria Editora Ciências Humana, 1981.

MOUTINHO, Laura. **Razão, " cor" e desejo: uma análise comparativa sobre relacionament os afetivo sexuais interraciais no Brasil e na África do Sul**. Unesp, 2004.

MORNING, Ann. **Nature of race**: Berkeley: University of California Press, 2011.

MOTTA, R. **Paradigms in the Study of Race Relations in Brazil**. International Sociology, London, v. 15, n. 4, p. 665-682, 2000.

MUNANGA, Kabengele. **Nosso racismo é um crime perfeito [Entrevista]**. Entrevistador: Fábio P. Abramovici. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 8 set. 2010. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/2010/09/08/nosso-racismo-e-um-crime-perfeito-entrevista-com-kabengele-munanga/>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2024.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra**. Autêntica Editora, 2019.

MURJI, Karim. **Using racial stereotypes in anti-racist campaigns**. Ethnic and Racial Studies, v. 29, n. 2, p. 260-280, 2006.

MURTHY, Dhiraj; SHARMA, Sanjay. **Visualizing YouTube's comment space: online hostility as a networked phenomena**. New media & society, v. 21, n. 1, p. 191-213, 2019.

NAKAMURA, Lisa. **Digitizing race: Visual cultures of the Internet**. U of Minnesota Press, 2007.

_____. **Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet**. Routledge, 2013.

NARAYANAN, Arvind. **Language necessarily contains human biases, and so will machines trained on language corpora**. Freedom to Tinker, v. 24, 2016.

NASCIMENTO, Abdias. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado**. Editora Perspectiva SA, 2016.

NASCIMENTO, Abdias. **O quilombismo**. Editora Perspectiva SA, 2016.

NASCIMENTO, Maria Beatriz. **Beatriz Nascimento, Quilombola e Intelectual: Possibilidade nos dias da destruição**. Filhos da África, 2018.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. **Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica**. Anais do Seminário de Ciências Sociais, v. 3, 2018.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. **The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity**. *New media & society*, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018

NIEBORG, David B.; HELMOND, Anne. **The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook Messenger as a platform instance**. *Media, Culture & Society*, v. 41, n. 2, p. 196-218, 2019.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algoritmos da opressão: Como os mecanismos de busca reforçam o racismo**. Editora Rua do Sabão, 2022.

NOBLE, Safiya Umoja; TYNES, Brendesha M. **The intersectional internet: Race, sex, class, and culture online**. Peter Lang International Academic Publishers, 2016

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **Spiegel Dokumentation: Persönlichkeitsstärke**. Hamburg: Spiegel Verlag, 1983.

NOPPER, Tamara K. **Minority, black and non-black people of color: 'New' color-blind racism and the us small business administration's approach to minority business lending in the post-civil rights era**. *Critical Sociology*, v. 37, n. 5, p. 651-671, 2011.

NORONHA, E.G. **"Informal", ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, out. 2003, vol.18, no. 53, p.111-129. Disponível em: <<https://bit.ly/2L6UTMu>>. Acesso em: 14 dez. 2019

NOVOSELOVA, Veronika; JENSON, Jennifer. **Authorship and professional digital presence in feminist blogs**. *Feminist Media Studies*, v. 19, n. 2, p. 257-272, 2019.

O'MALLEY, Gregory E.; BORUCKI, Alex. **Patterns in the intercolonial slave trade across the Americas before the nineteenth century**. *Tempo*, v. 23, p. 314-338, 2017.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**. Editora Rua do Sabão, 2020.

ORTIZ, Renato. **Da raça à cultura: a mestiçagem e o nacional**. In: _____. *Cultura brasileira & identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 37-44

OTTE, Georg; VOLPE, Miriam Lídia. **Um olhar constelar sobre o pensamento de Walter Benjamin**. *Fragmentos: Revista de Língua e Literatura Estrangeiras*, v. 18, 2000.

PACHECO, Ana Cláudia Lemos. **Mulher negra: afetividade e solidão**. Edufba, 2013.

PAPACHARISSI, Zizi (Ed.). **A networked self: Identity, community, and culture on social network sites**. Routledge, 2010.

PARAU, P. et al. **Opinion leader detection**. In: *Sentiment analysis in social networks*. Morgan Kaufmann, 2017. p. 157-170.

PARSONS, Talcott. **On the concept of influence.** *Public opinion quarterly*, v. 27, n. 1, p. 37-62, 1963.

PEITER, Cynthia. **Adoção: vínculos e rupturas: do abrigo à família adotiva.** In: *Adoção: vínculos e rupturas: do abrigo à família adotiva.* 2014. p. 128-128.

PIEHLER, Rico et al. **Traditional or ‘instafamous’ celebrity? Role of origin of fame in social media influencer marketing.** *Journal of Strategic Marketing*, v. 30, n. 4, p. 408-420, 2022.

PINHEIRO, Bárbara Carine Soares; ROSA, Katemari; CONCEIÇÃO, Sueli. “**LINDA E PRETA**”: **DISCUTINDO QUESTÕES QUÍMICAS, FÍSICAS, BIOLÓGICAS E SOCIAIS DA MAQUIAGEM EM PELE NEGRA.** *Conexões-Ciência e tecnologia*, v. 13, n. 5, p. 7-13, 2019.

PISSARRA, Fatima. **Profissão influencer: como fazer sucesso dentro e fora da internet.** 2023

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização. Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan.-abr. 2020. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 18 jun. 2022

PORCARO Rosa Maria e ARAÚJO Teresa Cristina N. **Mudanças na Divisão Social do Trabalho e reprodução da Desigualdade Racial.** *Revista São Paulo em Perspectiva*. São Paulo: Fundação Seade, 1988.

PRECIADO, Paul B. **Manifesto contrassexual.** Tradução de Maria Paul Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições, 2017.

PRIMO, Alê; MATOS, Ludimila; MONTEIRO, Maria Clara. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais.** 2021.

QUALMAN, Erik. **Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business.** John Wiley & Sons, 2012.

QUIJANO, Anibal. **Colonialidade do poder e classificação social.** In: B.S. Santos e M. Meneses (eds.) *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez. 2010.

QUINTANEIRO, Tania. **Labirintos Simétricos: introdução à teoria sociológica de Talcott Parsons.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

RATHORE, Ashish K.; ILAVARASAN, P. Vigneswara; DWIVEDI, Yogesh K. **Social media content and product co-creation: an emerging paradigm.** *Journal of Enterprise Information Management*, v. 29, n. 1, p. 7-18, 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet e difusão de informações.** *Social Media*, Julho, 2009.

RIBEIRO, C. A. C. **Classe, raça e mobilidade social no Brasil.** *Dados*, Rio de Janeiro, v.49, n. 4, p. 833-873, 2006

ROBERTS, Sarah T. **Behind the screen.** Yale University Press, 2019.

RODRIGUES, João Carlos. **O negro brasileiro e o cinema**. Rio de Janeiro: Globo: Fundação do Cinema Brasileiro – MINC, 1988.

ROSA-SALAS, Marcel. **Making the mass white: How racial segregation shaped consumer segmentation**. *Race in the marketplace: Crossing critical boundaries*, p. 21-38, 2019.

ROSA-SALAS, Marcel; SOBANDE, Francesca. **Hierarchies of knowledge about intersectionality in marketing theory and practice**. *Marketing Theory*, v. 22, n. 2, p. 175-189, 2022.

ROSEMBERG Fúlvia. **Instrução Rendimento Discriminação Racial e de Genero**. *Revista de Estudos Pedagógicos*. Brasília: v 68 n 159, 1987

SANDVIG, Christian et al. **Automation, algorithms, and politics| when the algorithm itself is a racist: Diagnosing ethical harm in the basic components of software**. *International Journal of Communication*, v. 10, p. 19, 2016.

SANTOS, Gevanilda. (Org.). **Racismo no Brasil: percepções da discriminação e do preconceito racial no século XXI**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2005.

SANTOS, Ynaê Lopes. **Racismo brasileiro: uma história da formação do país**. *Todavia*, 2022.

SANTOS, Raquel Amorim dos; SILVA, Rosângela Maria de Nazaré Barbosa. **Racismo científico no Brasil: um retrato racial do Brasil pós-escravatura**. *Educar em revista*, v. 34, p. 253-268, 2018.

SAXENA, Anant; KHANNA, Uday. **Advertising on social network sites: A structural equation modelling approach**. *Vision*, v. 17, n. 1, p. 17-25, 2013.

SCHETTINI FILHO, Luiz. **Pedagogia da adoção: criando e educando filhos adotivos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SCHOUTEN, Alexander P.; JANSSEN, Loes; VERSPAGET, Maegan. **Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit**. *International journal of advertising*, v. 39, n. 2, p. 258-281, 2020.

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

SCHUCMAN, Lia Vainer. **Entre o encardido, o branco e o branquíssimo: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana**. 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

_____. **O Branco e a Branquitude: Letramento Racial e Formas de Desconstrução do Racismo**. *Portuguese Literary and Cultural Studies*, p. 171-189, 2022.

SCOLERE, Leah; PRUCHNIEWSKA, Urszula; DUFFY, Brooke Erin. **Constructing the platform-specific self-brand: The labor of social media promotion**. *Social Media+ Society*, v. 4, n. 3, p. 2056305118784768, 2018.

SEVERO, Renata Trindade. **Letramento racial e técnicas de si**. *Fórum Linguístico*, v. 18, n. 3, p. 6400-6415, 2021.

SENF, Theresa M. **Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks**. Peter Lang, 2008.

SHAH, Dhavan V.; SCHEUFELE, Dietram A. **Explicating opinion leadership: Nonpolitical dispositions, information consumption, and civic participation**. *Political Communication*, v. 23, n. 1, p. 1-22, 2006.

SHEPHERD, Tamara et al. **Histories of hating**. *Social Media+ Society*, v. 1, n. 2, p. 2056305115603997, 2015.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2011.

SILVA, Maria Nilza. **O negro no Brasil: Um problema de raça ou de classe?**. *Mediações-Revista de Ciências Sociais*, v. 5, n. 2, p. 99-124, 2000.

SILVA, Tarcízio. **Visão computacional e racismo algorítmico: branquitude e opacidade no aprendizado de máquina**. *Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN)*, v. 12, n. 31, 2020.

SILVA, Nelson do Vale. **Black-white income differentials in Brazil, 1960**. Tese (Doutorado em Sociologia). Michigan: Universidade de Michigan, 1978.

SILVA, Paula Cristina. **Negros à luz dos fornos: representações do trabalho e da cor entre metalúrgicos da moderna indústria baiana**. Dissertação de mestrado em Ciências Sociais. Salvador: UFBA, 1993.

SILVERSTEIN, Paul A. **Immigrant racialization and the new savage slot: race, migration, and immigration in the new Europe**. *Annu. Rev. Anthropol.*, v. 34, p. 363-384, 2005.

SIMAS, Luiz Antonio; RUFINO, Luiz. **Fogo no mato: a ciência encantada das macumbas**. Mórula editorial, 2019.

SOARES, Sergei Suarez Dillon. **O perfil da discriminação no mercado de trabalho: homens negros, mulheres brancas e mulheres negras**. Brasília: Ipea, 2000. 25 p. (Texto para Discussão Ipea, n. 769).

SOARES, Anita Maria Pequeno. **Cabelo importa: os significados do cabelo crespo/cacheado para mulheres negras que passaram pela transição capilar**. 2018. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco.

SOBANDE, Francesca. **Why the Digital Lives of Black Women in Britain?**. Springer International Publishing, 2020.

SOBANDE, Francesca; OSEI, Krys. **An African city: Black women's creativity, pleasure, diasporic (dis) connections and resistance through aesthetic and media practices and scholarship**. *Communication, Culture & Critique*, v. 13, n. 2, p. 204-221, 2020.

SOBANDE, Francesca; FEARFULL, Anne; BROWNLIE, Douglas. **Resisting media marginalisation: Black women's digital content and collectivity**. *Consumption markets & culture*, v. 23, n. 5, p. 413-428, 2020.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Mauad Editora Ltda, 2016.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Editora Vozes Limitada, 2019.

SODRÉ, Muniz. **Do lugar de fala ao corpo como lugar de diálogo: raça e etnicidades numa perspectiva comunicacional**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, [S. l.], v. 13, n. 4, 2019b. DOI: 10.29397/reciis.v13i4.1944. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1944>. Acesso em: 2 maio. 2024.

SOKOLOVA, Karina; KEFI, Hajer. **Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions**. Journal of retailing and consumer services, v. 53, p. 101742, 2020.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se negro: ou as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2021.

SOUZA, Claudete Alves da Silva. **A solidão da mulher negra: sua subjetividade e seu preterimento pelo homem negro na cidade de São Paulo**. 2008

SOUTO, Mariana. **Constelações fílmicas: um método comparatista no cinema**. Galáxia (São Paulo), p. 153-165, 2020.

STEINBERG, Marc. **The platform economy: How Japan transformed the consumer internet**. U of Minnesota Press, 2019.

STEELE, Catherine Knight. **Black bloggers and their varied publics: The everyday politics of black discourse online**. Television & New Media, v. 19, n. 2, p. 112-127, 2018.

STEELE, Catherine Knight. **Signifyin', bitching, and blogging: Black women and resistance discourse online**. The intersectional internet: Race, Sex, class, and culture online, p. 73-93, 2016.

STUBB, Carolina; NYSTRÖM, Anna-Greta; COLLIANDER, Jonas. **Influencer marketing: The impact of disclosing sponsorship compensation justification on sponsored content effectiveness**. Journal of Communication Management, 2019.

SWEENEY, Miriam E. **The intersectional interface. The intersectional internet: Race, sex, class and culture online**, p. 215-228, 2016

SVAMPA, M. **As fronteiras do neoextrativismo na América Latina: conflitos socioambientais, giro ecoterritorial e novas dependências**. Tradução de Lígia Azevedo. São Paulo: Elefante, 2019.

SUE, Derald Wing; SPANIERMAN, Lisa. **Microaggressions in everyday life**. John Wiley & Sons, 2020.

SUMMERS, John O. **The identity of women's clothing fashion opinion leaders**. Journal of marketing research, v. 7, n. 2, p. 178-185, 1970.

SZCZURSKI, Marcin. **Social media influencer-A Lifestyle or a profession of the XXIst century?**. 2017.

TELLES, Edward. **Pigmentocracies: Ethnicity, Race, and Color in Latin America**. North Carolina: University of North Carolina Press, 2014.

_____. **"Residential segregation by skin color in Brazil"**. American Sociological Review, nº 57, April 1992, pp. 186-97

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

TURKLE, Sherry. **Life On The Screen: Identity in the Age of the Internet**. Journalism and Mass Communication Quarterly, v. 73, n. 2, p. 490, 1997.

VALENTINI, Chiara et al. **Digital visual engagement: influencing purchase intentions on Instagram**. Journal of communication management, v. 22, n. 4, p. 362-381, 2018.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: A critical history of social media**. Oxford University Press, 2013

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world**. Oxford University Press, 2018.

VARGO, Stephen L.; LUSCH, Robert F. **Evolving to a new dominant logic for marketing**. Journal of marketing, v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004.

VELLOSO, R. **Pensar por constelações**. In: JACQUES, P.B., and PEREIRA, M.S., comps. Nebulosas do pensamento urbanístico: tomo I – modos de pensar [online]. Salvador: EDUFBA, 2018, pp. 98-121.

VIRTANEN, Henrik; BJÖRK, Peter; SJÖSTRÖM, Elin. **Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram**. Journal of Small Business and Enterprise Development, v. 24, n. 3, p. 468-484, 2017.

WADE, Peter. **Race and Ethnicity in Latin America: How the East India Company Shaped the Modern Multinational** (Edition 2). Pluto press, 2010.

_____. **"Residential segregation by skin color in Brazil"**. American Sociological Review, nº 57, April 1992, pp. 186-97

WANG, Angelina; RAMASWAMY, Vikram V.; RUSSAKOVSKY, Olga. **Towards intersectionality in machine learning: Including more identities, handling underrepresentation, and performing evaluation**. In: 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. 2022. p. 336-349.

WEIMANN, Gabriel. **Influentials, The: People Who Influence People**. State University of New York Press, 1994.

WILSON II, Clint C.; GUTIERREZ, Felix; CHAO, Lena. **Racism, sexism, and the media: The rise of class communication in multicultural America**. Sage, 2003.

WITTIG, Monique. **El pensamiento heterosexual y otros ensayos**. Madrid: Egales, 2006, p.45-58.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Editora Record, 2018.

TAGHIPOORREYNEH, Mehdi; DE RUN, Ernest Cyril. **Online advertising: An investigation of factors affecting positive attitude among the Malays in Malaysia.** Asian Journal of Business Research Volume, v. 6, n. 2, p. 70-80, 2016.

TYNES, Brendesha; SCHUSCHKE, Joshua; NOBLE, Safiya Umoja. **Digital intersectionality theory and the# BlackLivesMatter movement.** The intersectional internet: Race, sex, class, and culture online, p. 21-40, 2016.

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

TRINDADE, Luiz Valério. **Discurso de ódio nas redes sociais.** Editora Jandaíra, 2022.

TWINE, France **Winddance. Racism in a racial democracy: the maintenance of white supremacy in Brazil.** Rutgers University Press, 1998.

ZAHOOR, Syed Zeeshan; QURESHI, Ishtiaq Hussain. **Social Media Marketing and Brand Equity: A Literature Review.** IUP Journal of Marketing Management, v. 16, n. 1, 2017.

ZAKARIA, Rafia. **Contra o feminismo branco.** Tradução Solaine Chioro, Thaís Britto. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

ZDENEK, Sean. **“Just roll your mouse over me”: Designing virtual women for customer service on the web.** Technical Communication Quarterly, v. 16, n. 4, p. 397-430, 2007.

ZHU, Yu-Qian; CHEN, Houn-Gee. **Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing.** Business horizons, v. 58, n. 3, p. 335-345, 2015.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância.** Editora Intrínseca, 2021.

Black Influencer: Um retrato dos creators pretos do Brasil. Black Influence, Site Mundo Negro, YOUPIX, Squid e Sharp. 2020. Disponível em: <https://medium.youpix.com.br/black-influence-um-retrato-dos-creators-pretos-do-brasil-1ae226bc9979> . Acesso em: 25 de abril 2022.

Creators & Negócios. Brunch e a YOUPIX. 2023. Disponível em: <https://tag.youpix.com.br/creators-amp-negocios-2023-download> Acesso em: 24 de janeiro de 2024.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Boletim das Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil.** Rio de Janeiro, 2022.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Nacional de Saúde 2019: informações técnicas.** Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.pns.icict.fiocruz.br/wp-content/uploads/2021/12/liv101846.pdf> . Acesso em: 22 de fevereiro de 2024

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio.** 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/habitacao/17270-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html>. Acesso em: 2 de maio de 2024.

Instituto Mindset-WGSN e Instituto Datafolha. **As 5 maiores urgências da população negra e o que você pode fazer diferente,** 2020

“Quem te influencia?”. *MindMiners* e YOUPIX. São Paulo, 2023 Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/11/os-influenciadores-mais-queridos-pelo-publico-brasileiro/#foto2> . Acesso em: 19.maio 2024

The State of Influencer Marketing. Benchmark Report. 2024. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/> . Acesso em: 24 janeiro 2024

ANEXO I - LEVANTAMENTO INICIAL DAS MATÉRIAS JORNALÍSTICAS

1. [6 influenciadoras negras de moda e beleza para você seguir e se inspirar! - Purepeople;](#)
2. [10 Influencers para você conhecer a cultura afro-brasileira - UNIFAA - Centro Universitário de Valença;](#)
3. [12 influenciadoras negras experts em beleza para se inspirar já! - Revista Marie Claire | Beleza;](#)
4. [16 garotas negras experts em beleza para você seguir nas redes sociais | Capricho;](#)
5. [25 influenciadores negros para você conhecer - winnin;](#)
6. [20 influenciadores negros para seguir em 2020 - Portal da Comunicação;](#)
7. [Confira 10 influenciadoras negras incríveis que todo mundo precisa conhecer! - Revista Atrevida;](#)
8. [Conheça 10 influenciadores negros para seguir nas redes | Cultura;](#)
9. [Conheça influencers negras que arrasam nas redes para seguir - Terra;](#)
10. [Inspire-se: conheça 5 influenciadoras negras que arrasam na rede | Metrôpoles;](#)
11. [Representatividade importa - Máxima](#)

ANEXO II – LEVANTAMENTO DO ESTADO DA ARTE

Este anexo apresenta as pesquisas realizadas nos últimos cinco anos, de 2018 a 2022, sobre influenciadores digitais no Brasil. As buscas ocorreram na base de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), vinculada ao Ministério da Educação (MEC), que tem um acervo de mais de 45 mil títulos com textos completos, 130 bases referenciais, 12 bases sobre patentes, livros, enciclopédias e obras de referência, normas técnicas, estatísticas e conteúdo audiovisual. Dentre as bases disponibilizadas é possível acessar a subárea Comunicação, com 55 bases disponíveis, dentre elas a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

Será examinado o cenário atual dos trabalhos relacionados aos influenciadores digitais no Brasil, cruzando os dados desse campo de estudo, que incluem instituições, departamentos, programas e títulos dos trabalhos. A Biblioteca Digital está ligada ao Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e integra os sistemas de informação de teses e dissertações existentes nas instituições de ensino e pesquisa do Brasil. São 130 instituições e, em novembro de 2022, havia disponível 554.953 dissertações e 209.973 teses. A escolha para analisar as teses e dissertações corrobora com o que Martino (2008) aponta, ao tratar sobre referencial teórico, que esses são os trabalhos já realizados e avaliados com caminhos metodológicos e bibliográficos possíveis. “Consulta a uma tese/dissertação anterior, assim como livros e artigos, serve como indicação, nunca como fonte única de pesquisa. Ao contrário, observar caminhos dos outros deve ser apenas uma indicação para o próprio método” (Martino, 2018, p 83).

As palavras-chaves utilizadas na busca do site da BDTD foram: influenciadores digitais; influenciadoras digitais; influenciadores digitais negros; blogueiros e *marketing* de influência. O passo seguinte foi fazer a raspagem de dados, e o próprio site possibilitou transformar o resultado da busca inicial em tabela. Ao todo, foram encontrados 28 resultados. Com o arquivo, foi possível obter dados brutos contendo as seguintes categorias: título, autores, instituições, programas de pós-graduação, titulação, departamentos, tipo de acesso, ano e *url*.

A análise inicial apontou que os termos trouxeram estudos em diferentes áreas como Comunicação; Psicologia; Informação; Sociologia; Educação, Artes, História e Cultura; Turismo; Saúde Coletiva; Educação e Serviço Social. Dos 28 trabalhos encontrados, 12 são dissertações e 16 são teses. Dentre as dissertações, oito foram produzidas em 2018, três em 2019 e uma em 2020; já entre as teses, foram sete em 2018, quatro em 2019, duas em 2020 e três em 2021. Isso mostra que, nos últimos anos, não só a área de Comunicação tem se interessado pelos temas que envolvem blogueiros, influenciadores digitais e mulheres negras, como houve um aumento crescente do número de trabalhos em diferentes áreas, inclusive em nível de doutorado. Isso demonstra a necessidade de estudarmos esse fenômeno contemporâneo por diferentes perspectivas.

No que diz respeito às instituições que produziram as pesquisas e às regiões, temos que 14 trabalhos, entre teses e dissertações, foram feitos em instituições localizadas na região Sudeste, sendo nove públicas e cinco privadas; oito trabalhos foram feitos em universidades da região Nordeste em que todas eram públicas; cinco trabalhos foram feitos na região Sul, sendo dois em instituições públicas e três na mesma instituição privada; um trabalho foi feito na região centro-oeste em instituição pública. O panorama das regiões nos mostra que a maioria das teses foram produzidas na região Sul e Sudeste, confirmando as duas regiões como polos nacionais de pesquisas em Comunicação. Cabe ressaltar o fator tempo de surgimento dos Programas de Pós-Graduação das instituições, linhas de pesquisa e investimento nas pesquisas produzidas nessas regiões.

Dentre os trabalhos selecionados, destacam-se nove publicações para entendermos o estado da arte referente às pesquisas brasileiras que de alguma forma tocam esse trabalho. A primeira delas é uma dissertação intitulada “Interseccionalidades no feminismo na Internet: analisando o Blog Blogueiras Feministas”, escrita por Alane Magda Bezerra de Melo Silveira, em 2018, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). A pesquisa analisa como as colaboradoras do blog “Blogueiras Feministas” interpretam, por meio de suas postagens, a categoria interseccionalidade ao longo de sete anos de produção. “A análise identificou que os elementos acionados pelas autoras para dar sentido à ideia de interseccionalidade estão relacionados a abordagens que integram, principalmente, a questão da disputa de pautas entre os diversos sujeitos do feminismo e a crítica antirracista e decolonial à perspectiva do feminismo branco” (Silveira, 2018, p 6). O

trabalho toca diretamente essa pesquisa na medida em que aborda a interseccionalidade como teoria e ferramenta de análise.

O segundo trabalho trata-se da dissertação “Construções identitárias & TICs: o caso do blog 'Blogueiras Negras’”, escrita por Thais Pereira da Silva, em 2019, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). A publicação reflete sobre as táticas e estratégias contra o racismo, o sexismo e a exploração de classe, entre outras opressões, a partir da apropriação das TICs pelas mulheres negras brasileiras. Isso é feito por meio dos posts do weblog "Blogueiras Negras" publicados entre março de 2013 a dezembro de 2017. “Compreende-se que as mulheres negras utilizam a internet e a escrita para disputar as narrativas sobre o grupo, construindo coletivamente os saberes identitários, políticos e estéticos-corpóreos, de acordo com Nilma Lino Gomes, que são elaborados durante as lutas por emancipação das mulheres negras” (Silva, 2019, p 7).

No mesmo sentido e analisando o mesmo objeto, chegamos à dissertação “Blogueiras negras: luta por reconhecimento social e feminismo negro na internet” de Poliana Ribeiro Arcelino de Macedo, apresentada em 2018, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). A autora analisa a produção discursiva de mulheres negras brasileiras a partir do site Blogueiras Negras. Apresentam-se inicialmente reflexões acerca da trajetória do movimento de mulheres negras no Brasil e a construção de um pensamento feminista negro a partir de três eixos: o relato autobiográfico, o processo de descoberta da negritude, e a denúncia da marginalização e violência contra o povo negro. Para Macedo (2018), o que emerge das análises trata-se de uma contracultura negra diaspórica.

Em nível de doutorado e com o mesmo objeto, o site “Blogueiras Negras”, foi publicado, em 2019, “Novas manifestações de racismo e sexismo contra mulheres negras e contra discursos das ativistas digitais negras”. O trabalho é de autoria de Flávia da Silva Clemente, ligado ao Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da UFPE, que traz como resultado a produção de discursos sociais, que articulam o racismo e sexismo, especialmente, evidenciados e direcionados às mulheres negras. Temos também três pesquisas de áreas diferentes (Comunicação, Sociologia e Serviço Social) que abordam o mesmo objeto por perspectivas distintas e complementares acerca do fenômeno. Nos interessa, sobretudo, a contribuição histórica das mulheres negras no Brasil construída nas três publicações.

Outro trabalho destaque foi a dissertação “A repercussão e o impacto de narrativas contraintuitivas na subjetividade da audiência de influenciadoras digitais negras brasileiras”, escrita por Lunalva de Oliveira Mendes Lima, em 2019, no Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC. O trabalho, a partir de uma pesquisa exploratória com um estudo de caso, faz uma análise da interação do público de influenciadoras digitais negras. Há a identificação dos sentimentos e dos sentidos relatados pela audiência dessas influenciadoras digitais, quando em interação com as narrativas contraintuitivas produzidas por elas em seus canais no YouTube. Essa é uma pesquisa que, por mais que seja um estudo da audiência, problematiza as influenciadoras digitais como líderes de opinião e esse entendimento pode nos interessar nas análises do objeto deste trabalho.

A tese “Feminismo para quê?: o funcionamento dos discursos feministas no ciberespaço” defendido em 2018 no Programa de Pós- Graduação em Língua e Cultura da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e de autoria de Quezia dos Santos Lima, analisa o funcionamento de discursos de ativistas feministas, que circulam e/ou se constituem no ambiente digital, sobre a definição de feminismo e de feminista na sociedade contemporânea. O corpus de análise é constituído por publicações sobre o feminismo no blog Blogueiras Feministas, no período de 2010 a 2015, e conclui que o ciberativismo feminista, ao mesmo tempo em que cria um efeito de homogeneidade do movimento nos discursos direcionados à sociedade patriarcal, mobiliza posições-sujeito historicamente silenciadas em disputa pela dominância de sentido em discursos direcionado às próprias feministas. Para o nosso trabalho, servirá, sobretudo, o resgate histórico do feminismo, desde a ideia universalização da categoria mulher até formas de resistir a isso com os feminismos, no plural, inclusive, o negro, para não deixar de fora diversas outras mulheres.

Ainda sobre mulheres negras brasileiras, temos a tese “De Lélia Gonzalez a Marielle Franco: mulheres negras e seus processos comunicacionais interseccionais de resistência” escrita por Pamela Guimarães da Silva, em 2021, ligada ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A pesquisa faz um recuo histórico e analítico para identificar as práticas comunicacionais usadas por mulheres negras para transformar a realidade que inscreve os sujeitos negros, inclusive com oportunidades de desvio. Esse trabalho é muito caro a esta proposta de tese que desenvolvo, pois traz uma interlocução teórica entre os estudos de Sueli Carneiro e o campo da Comunicação.

No que se refere às influenciadoras digitais, temos duas teses de doutorado em destaque. A primeira trata-se de “O trabalho das mulheres digital influencer: novos ou antigos dilemas?”, escrita por Adélia Marina de Campos Cursino, em 2020, no Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC/Minas. O estudo parte da construção teórica do mundo do trabalho e da forma como a mulher está inserida no mercado para tratar da mulher digital influencer. Segundo a autora, esse é um modelo de trabalho extremamente novo na vida da mulher, mas evidencia antigos dilemas como a alta carga de trabalho. Além disso, a pesquisa traz, como novo dilema na vida da mulher influencer, a exposição do lar e da família. Nos interessa, especificamente, a construção histórica do mundo do trabalho feita pela autora.

Por fim, a última pesquisa é a tese intitulada “De blogueira à influenciadora: motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda brasileira” de Issaaf Santos Karhawi, vinculada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Apresentada em 2018, a tese tornou-se livro, sendo publicada em 2020, e foi o pontapé inicial para as reflexões deste trabalho. Destaco, sobretudo, a construção do processo de profissionalização dos blogs de moda no Brasil com a caracterização de quatro etapas: vanguarda, legitimação, institucionalização e profissionalização. A autora sugere a formação de um ethos profissional das blogueiras que evidencia diferenças entre as profissionais, seus percursos na carreira, motivações e produção.

Ao entrar em contato com as teses e dissertações que abordam os principais temas deste trabalho, pude perceber que todas as pesquisas foram feitas por pesquisadoras mulheres. Destaco esse fato, porque esses estudos, relacionados a gênero e raça no Brasil, vêm ganhando força nos últimos 20 anos. Acredito que tem a ver com as políticas de ações afirmativas implementadas pelo governo brasileiro que possibilitaram a formação de um maior número de pesquisadores e pesquisadoras negros. Outro fato que chama atenção é a produção científica sobre blogs e influenciadoras digitais, em diversas áreas. Isso mostra a relevância desse objeto de estudo enquanto fenômeno contemporâneo.