

CAMILLA DE LUCAS NO INSTAGRAM: REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE A INFLUENCIADORA DIGITAL NEGRA A PARTIR DA CONSTELAÇÃO DE BENJAMIN

Irina Coelho Monte¹

Resumo

Este artigo faz uma reflexão crítica do perfil da influenciadora Camilla de Lucas na plataforma *Instagram* para discutir um campo carente de sistematização que é a influência digital vista de uma perspectiva racializada. A metodologia de análise é a constelação, inspirada em Walter Benjamin (2020), e tem como característica uma abertura para a sensibilidade dos pesquisadores que permite olhar para as relações entre negras e mercado de trabalho brasileiro de forma fluida, mutável e não estanque. Como resultado, elenca-se a autodefinição (Collins, 2019), os conceitos de margem e centro (hooks, 2019b) e o processo de profissionalização das influenciadoras negras como pontos bases para construir essa constelação específica. Como contribuição, a pesquisa acrescenta mais uma camada, dessa vez, considerando o mercado de plataformas, o percurso de construção das relações das mulheres negras e o mercado de trabalho brasileiro.

Palavras-chave

influência digital; raça; constelação; mulheres negras; mercado do trabalho brasileiro.

Abstract

This article makes a critical reflection, from the profile of the influenced Camilla de Lucas, through the constellation proposal, inspired by Walter Benjamin (1983), to discuss a lacking systematization field that is the digital influence seen from a racialized perspective. The analysis methodology is characterized by an openness to the sensitivity of the researchers and allows looking at the relationships between black women and the Brazilian labor market in a fluid, changeable and non-settled way. As a result, self-definition (Collins, 2019), the concepts of margin and center (hooks; 2019b) and the professionalization process of black influences were listed as the base points of this constellation. As a contribution, the research adds another layer, this time considering the platform market, in the course of building relationships between black women and the Brazilian labor market.

Keywords

digital influence; race; constellation; black women; brazilian labor market.

1 Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) e jornalista na Universidade Federal do Amazonas (UFAM). irinaa-coelho@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0005-4503-9376>, <https://lattes.cnpq.br/0335144510818922>.

INTRODUÇÃO

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 (Veerman *et al.*, 2017). Em expansão², a indústria de marketing de influência deve crescer para aproximadamente US\$21,1 bilhões, de modo que o salto nos investimentos do setor representará 29% de crescimento se comparado com os US\$16,4 bilhões em 2022. O cenário fica ainda mais animador em países como os Estados Unidos (mais de 13,5 milhões de usuários) e o Brasil (10,5 milhões de usuários) porque figuram no topo da lista³ com a maioria dos influenciadores ativos. Temos um mercado que atrai investimentos na casa de bilhões e que, também, muda com bastante frequência e rapidez (Campbell; Farrell, 2020).

O desafio deste trabalho é entender como as influenciadoras digitais negras estão inseridas nessas dinâmicas do mercado brasileiro, que não são apenas comerciais, mas são também sociais. Volta-se para a relevância da influenciadora digital na contemporaneidade de modo a evidenciar que as plataformas de mídias sociais trouxeram consigo a ideia de que reconhecimento online parece estar cada vez mais acessível às pessoas comuns (Abidin, 2018).

Entretanto, essa aparente ‘facilidade’ exige das influenciadoras serem um produto de performance e percepção. Segundo Abidin (2018), aos influenciadores são adicionados 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 transformar sua alta visibilidade em uma carreira em tempo integral.

As práticas e culturas em ambientes online não estão mais confinadas a meras frivolidades. Ao contrário, há estudos de negócios com organizações formais na indústria (como agências e gestores) para descrever um modelo de marketing e publicidade voltado a indivíduos-chave que exercem influência sobre um grande grupo de clientes em potencial, tendo em vista economia, legalidade, cultura e questões sociais. Afasta-se do entendimento que oferece aos algoritmos e às tecnologias a esperança ilimitada da neutralidade e parte-se da perspectiva que os entende com relevância social e moral (O’neil, 2020). A blogueira tornou-se “formadora de opinião” e se legitimou como um produto da Comunicação rentável, tanto do ponto de vista do mercado quanto pela mídia especializada (Primo *et al.*, 2021).

Este trabalho traz um entendimento semelhante ao de Karhawi (2021), que considera influenciadoras digitais uma categoria de gênero discursivo a serem incluídos na

2 Dados do Relatório de Benchmark de Marketing de Influenciadores 2023. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

3 Relatório Anual de Marketing da Nielsen de 2022.

área da Comunicação, além de entendê-las como uma prática profissional. Sob essa ótica, observa-se o perfil da influenciadora digital negra Camilla de Lucas na plataforma *Instagram*, considerando que as relações sociais estabelecidas nesses ambientes de troca são influenciadas pelo processo de formação do Brasil, mercado de influência, agência das plataformas digitais e mercado de marketing digital. Ao todo, para chegar no nome de Camilla de Lucas, foram coletadas e analisadas 12 matérias jornalísticas presentes no *Google* a partir das palavras-chave: “influenciadoras digitais negras brasileiras”. As matérias trazem *ranking* de influenciadoras brasileiras negras e, com base no mapeamento feito, fechamos o nome mais recorrente. Aqui, consideramos dois pontos importantes: 1) a maioria das publicações são alusivas ao Dia da Consciência Negra; 2) figuram nas listagens, sobretudo, perfis vinculados a agências de publicidade.

Interessa-nos olhar para esse perfil porque a influenciadora faz parte do paradoxo que é pertencer a um grupo historicamente marcado por um passado traumático no Brasil, impactado por políticas de dominação, e, ao mesmo tempo, está inserida no mercado contemporâneo de plataforma. Para isso, como proposta metodológica, é utilizada a constelação de Walter Benjamin (Otte; Volpe, 2000). A metodologia é baseada na sensibilidade dos pesquisadores de conectar partes dispersas, não lineares e que buscam a criação de redes entre pensar criticamente sobre a formação dos sujeitos e as relações contemporâneas.

No primeiro tópico, faz-se um breve retorno ao passado, de forma não-linear, mas trazendo pontos significativos para pensarmos a relação das mulheres negras e o mercado de trabalho. Em seguida, é discutida a Constelação de Benjamin (2020) como caminho metodológico. Com base no perfil da influenciadora Camilla de Lucas, aborda-se a autodefinição (Collins, 2019), os conceitos de margem e centro (hooks; 2019b) e o processo de profissionalização das influenciadoras negras como pontos centrais dessa constelação.

Mulheres negras e o mercado de trabalho brasileiro

A história das mulheres negras e sua relação com o mercado de trabalho brasileiro é marcada por uma estrutura de dominação que vem desde o período colonial. Reconhecer como essa conexão foi estabelecida é fundamental para entendermos como funciona o mercado contemporâneo da influência no Brasil. Retomar o papel de trabalhadora da mulher negra dentro da sociedade brasileira nos ajuda a assimilar os mecanismos atuais de manutenção de privilégios e, em último efeito, as condições objetivas de discriminação.

Há pesquisas que interpretam as questões raciais no Brasil com enquadramentos sociológicos diversos (Guimarães,1999; Motta, 2000; Telles, 2003) que, cronologi-

camente, vão desde os estudos referentes ao século XIX e início do XX⁴, fortemente influenciadas 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 separam raça e cultura, nos quais a miscigenação racial deixa de ser vista como um obstáculo e se torna a principal via de homogeneização nacional (Freyre, 2003), até chegar ao entendimento que questiona a suposta harmonia racial e inicia as perspectivas que denunciam o racismo entranhado em nossas desigualdades sociais (Fernandes, 1965).

Especificamente, no que diz respeito à homogeneização nacional, interessa-nos destacar que o “mito da democracia racial”, proposto por Freyre, tornou-se um dos principais alicerces ideológicos da integração racial e do desenvolvimento do País, substituiu políticas eugenistas e não mudou a visão da sociedade sobre os benefícios simbólicos concedidos pelo branqueamento (Trindade, 2018). Nascimento (2016) enfatiza que tal mito revela uma versão oficial da história adotada pelo governo brasileiro que não 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 afro-brasileira.

Soma-se a isso, os imigrantes europeus brancos que, após o período colonial, foram beneficiados com políticas sociais que apoiavam sua fixação e conseqüente ascensão social; enquanto os negros, recém-emancipados, viviam predominantemente desempregados e em condições precárias. Foi esse contexto que contribuiu para reforçar a percepção geral de que a raça branca estava ligada a uma vida melhor e a negritude significava atraso; e parte da comunidade negra também abraçou essa percepção (Silva, 2000). 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 trabalho, renda e educação, presentes no processo de formação do nosso País. Dessa forma, as teorias conciliatórias serviram e servem para manter silêncios que mascaram e dificultam seu enfrentamento.

4 Trindade (2018) elenca três fases da história brasileira como relevantes para a compreensão estruturada das relações 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 representando um problema social que precisava ser enfrentado. A estratégia adotada pelo governo foi o branqueamento, por meio de políticas públicas, patrocinando a imigração europeia branca em que a “mistura” levaria a uma população, exclusivamente, branca dentro de três gerações. A segunda fase vem com a publicação do livro de Gilberto Freyre *Os senhores e os escravos*, em 1933, no qual, na contramão do que era pregado, exaltava a miscigenação. O estudo é base para o conceito de “democracia racial”, que apronta o Brasil formado por essa “mistura boa”, sem conflitos, entre brancos, negros e indígenas. Para finalizar, a terceira fase foi inaugurada com os estudos do sociólogo Florestan Fernandes que revelou a não existência de uma “democracia racial” e que o racismo brasileiro é negado, disfarçado e dissimulado em várias atitudes, por meio de uma série de mecanismos sociais. Além da tensão entre os papéis e lugares ocupados por pessoas negras em contraste com aqueles esperados e/ou ‘reservados’ para eles pela elite dominante.

Na mesma linha de pensamento, Souza (2021) argumenta que o racismo brasileiro se torna obstáculo ao avanço do povo negro e molda 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 se voltam apenas para ela como única face visível e possível. Temos, então, que essas estruturas sustentam e contribuem para a manutenção da supremacia branca. Questionar esse pensamento dominante, que inclui a assimilação do povo negro, por meio da 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 e das instituições educativas e culturais.

Para Guimarães (1999), o maior desafio daqueles que lutam contra o racismo no Brasil é convencer a opinião pública 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 correccional); entidades educacionais e de saúde pública. No caso das mulheres negras, as especificidades entre as trabalhadoras brancas e negras apontaram, ao longo da história, que as mulheres negras sempre tiveram 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). Bento (1995) conclui, ainda na década de 1990, em sua pesquisa sobre os mecanismos da discriminação racial no trabalho, que os lugares destinados à mulher negra eram as atividades domésticas e os trabalhos manuais.

Em sentido semelhante, Carneiro (2003) afirma 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 essas mulheres na pior situação quando comparada aos demais grupos populacionais – homens negros e não-negros e mulheres não-negras (Gonzalez, 2020; Carneiro, 2003). É nesse cenário que as influenciadoras digitais negras estão inseridas no mercado de trabalho contemporâneo.

Vivenciamos o crescimento do novo proletariado de serviços no qual as relações de trabalho estão se reestruturando, sob demanda, e há a difícil delimitação das fronteiras entre trabalho, vigilância, consumo e lazer. Abílio *et al.* (2021) chamam de trabalho subordinado. Por meio de plataformas digitais, essas relações demarcam de saída que não se trata de mera mediação das plataformas digitais. Os autores explicam que há

falta de formalização 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 as normas sociais. Leaver *et al.* (2020) deixam explícito que, por mais opacos que sejam os algoritmos, as grandes plataformas incluem suposições culturais e normas sociais nas quais há diferentes tipos de influenciadores. Já atividade está intimamente ligada à capacidade de liderança online em que as métricas servem como comprovação do seu potencial de persuasão. Especificamente, em relação às métricas, não basta apenas ter números soltos de curtidas e seguidores, incluindo a valorização do engajamento motivado, que funciona como uma das estratégias dos influenciadores no processo de construção de audiências. 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).

Dessa 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, compartilhamentos e 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 ser transformado em algo lucrativo. A espontaneidade dos perfis é substituída por uma estruturação da atividade produtiva que visa a vinculações mercadológicas.

Para as influenciadoras negras, que vêm de uma herança de desumanização e invisibilidade por causa das questões histórico-culturais, sociais e socioeconômicas, os 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. Fala-se isso porque é fundamental pensar nas formas como a sociedade brasileira enxerga e vivencia experiências com mulheres negras que refletem diretamente na entrada e na permanência no mercado.

Dessa forma, olhar para um fenômeno contemporâneo como as influenciadoras digitais, por lentes racializadas, significa pensar em práticas profissionais que ocorrem em plataformas online e estão inseridas dentro do modelo econômico capaz de atuar fortemente na reorganização de relações interpessoais, práticas urbanas, consumo, consumo de bens simbólicos, discussões políticas, entre outros setores da sociedade brasileira. O presente trabalho usa a interseccionalidade como formas de investigações e práxis críticas para abordar essas questões.

A interseccionalidade é uma perspectiva teórica que olha a forma que os indivíduos experimentam opressões cruzadas em um determinado contexto sócio/histórico/político, além de saber como eles podem transcender e até prosperar diante da desigualdade e opressão econômica e social (Collins, 2019). 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. São estudos que reconhecem o paradoxo no qual 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 sexismo atinge dimensões mais profundas quando é vivido em consonância com o racismo.

Para ponderar de forma investigativa, crítica e interseccional, afastamo-nos do entendimento do feminismo branco universalista e nos aproximamos da Teoria Feminista: Da margem ao Centro, proposta por bell hooks (2019c). A autora contrapõe essa visão autocentrada e acolhe a pluralidade de vivências das mulheres, considerando que muitas teorias feministas foram elaboradas por mulheres privilegiadas que viviam com demandas específicas e que ignoravam mulheres não brancas. No que se refere aos conceitos de margem e centro, hooks (2019b; 2019c) explica que as mulheres negras sempre foram, literalmente, empurradas para as margens da sociedade, além disso fazer parte da margem significa pertencer ao todo, mas fora do corpo principal. Há, inclusive, formas institucionalizadas de recolocar indivíduos que não pertencem ao centro de volta às margens.

Para a autora, o racismo emerge, inclusive, dos escritos feministas branco, porque eles reforçam a supremacia de uma raça, colocando os seus problemas como centrais, ao mesmo tempo em que negam às mulheres negras a possibilidade de superar

limitações raciais. Temos, então, que dentro da nossa sociedade capitalista e liberal, há espaços para a restrição do comportamento das mulheres, ao passo que existe liberdade de movimento em outras esferas. Segundo hooks (2019c), esse movimento proporcionou oportunismos individuais em detrimento da causa coletiva. “Para restringir essa cooptação, é preciso antes de tudo construir uma perspectiva diferente – uma nova teoria –, cujo os pressupostos não sejam a ideologia do individualismo liberal” (hooks, 2019c, p. 37).

Entretanto, 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 críticos⁵:

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, opor-se 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 apreendemos esse lugar de margem como resistência, mesmo que, por vezes, essa margem é utilizada como lugar de dominação.

A autora 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 à medida que são apropriadas e recontadas pelo colonizador, sujeito falante, que tenta reescrever tais experiências como “libertadores” (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 porque a autora lembra que se manifestar não é um simples gesto de liberdade em uma cultura de dominação que há uma ilusão de liberdade de expressão:

5 São posicionamentos que desafiam a autoridade colonial do centro.

“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 a mulher negra se converte em sujeito – vozes libertas. Nesse processo, considera-se não apenas a possibilidade/necessidade de a mulher negra falar, mas também o dever de sabermos 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 nossas vozes são e serão desvalorizadas. Dessa forma, minorias seguem sendo silenciadas porque há, dentro desse espaço de dominação e de fala/escuta, quem fale sobre o tema, mas não permanece justo. Isso acaba, mais uma vez, silenciando esses grupos e, ao mesmo tempo, usando suas dores para continuar o processo de dominação.

Como 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). No entanto, a autora aponta que são muitas as pessoas negras criadas para acreditar que não devem falar, nem no âmbito privado e nem no público, a fim de manter-se, minimamente, vivos.

Ao mesmo tempo, hooks (2019a) lembra que a luta negra também é da memória contra o esquecimento e, por isso, é preciso resistir e reivindicar a nós mesmos. Para os negros, falar não é somente criar. É, sobretudo, um ato de coragem, já que representa uma ameaça e desafia uma política de dominação que nos mantém mudos e anônimos. Essa, segundo hooks (2019a), é uma transição de objeto para sujeito em que as palavras se tornam ações, resistência coletiva, fundamental no processo de auto recuperação (de retomada de consciência crítica da história que foi negada aos negros e negras).

Soma-se o ato de falar a outro caminho possível para pensar as influenciadoras negras que é considerar que a autodefinição, conceito tratado por Patrícia Hill Collins (2019) e um dos temas principais do pensamento feminista negro, como peça chave para não silenciamentos dentro desses espaços de dominação. A autodefinição consciente da negritude passa a ser vista como medo da perda de privilégios brancos, além do não desejo de branqueamento, por parte dos negros ou indígenas, pode também desvelar a branquitude, enquanto categoria racializada, e de forma semelhante, despertar receio da perda dos privilégios simbólicos, materiais e as reações para a manutenção dessa hegemonia são diversas: a mais óbvia é deslegitimar lutas coletivas.

De acordo com 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 uma tensão peculiar para construir autodefinições independentes porque a condição de ser mulher negra permanece rotineiramente depreciada. Assim, o conhecimento construído de si emerge da luta para substituir imagens de controle por conhecimento autodefinido, base da sobrevivência das mulheres negras.

Constelação de Benjamin (2020) como caminho metodológico

No campo da Comunicação, a constelação, inspirada em Benjamin (2020), como metodologia é utilizada com mais frequência para a análise de filmes. A ideia é romper o tempo contemporâneo e trazer o entendimento não-linear da história, desvinculando a ideia de continuidade e propondo a apresentação fragmentada dos acontecimentos (Souto, 2020; Brito *et al.*, 2021; Braga, 2018; Silva *et al.*, 2016; Santos D., 2017; Otte; Volpe, 2000). É possível historicizar um fato ou objeto do presente à luz de seus diálogos com possíveis antepassados. Para tal, é necessário olhar para os diferentes tipos de relações, sejam próximas ou separadas por séculos. A constelação de Benjamin “é como um intervalo para um trabalho de restauração em que se coletam vestígios, fragmentos de um elo perdido” (Souto, 2020, p. 155).

Afasta-se da noção de linearidade dos fatos do passado e presente e se cria 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. Desse modo, a dinâmica metodológica das constelações exige perspicácia “ao ver os objetos como interagentes entre si, tendo 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. Em outras palavras, Silva *et al.* (2016) argumentam que há a necessidade de compreender que um conceito se liga a outros conceitos na busca de um ponto de chegada. Metodologicamente, a constelação é utilizada para chegar a conclusões que trazem uma historicidade interna e própria, reveladas por meio de conexões e afinidades interiores encontradas no objeto.

Trata-se de abrir a história para modelos de temporalidades não-lineares e anacrônicos (Santos, I., 2017). “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” (Souto, 2020, p. 156). Nessa perspectiva, as repetições são vistas como recomeços constantes já que incluem camadas de significações. Outro ponto importante considerado na constelação, ao abordar a dimensão temporal de forma não-linear, é perceber os “vestígios”, “escombros” ou “ruínas”⁶ deixados para trás não como algo inexistente, neutro ou negativo, mas como canais de acesso a um mundo anteriormente intacto.

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 com várias dimensões entrelaçadas em que apresentam caráter estético e trazem o relacionamento múltiplo entre seus elementos. Interessa-nos esse diálogo proposto por Benjamin (2020) em que se considera a tradição dos oprimidos em vez de olhar a história apenas do ponto de vista dos vitoriosos.

Perfil de Camilla de Lucas no *Instagram*

“Comunicadora, produtora de conteúdo e forbes under 30”⁷ essa é a descrição atual⁸ na biografia da influenciadora (@camilladelucas). Ligada, atualmente, a uma das maiores agências do País, *Mynd*⁹, Camilla Jesus Santos de Lucas nasceu em Nova Iguaçu (Rio de Janeiro), acumula quase 9,7 milhões de seguidores no *Instagram*. Ela iniciou sua carreira de influenciadora se autointitulando “blogueyrinha real” e também produzindo conteúdo no *YouTube*¹⁰, página no *Twitter*¹¹ e *TikTok*¹². O nosso desafio é olhar para o perfil à luz do conjunto simultâneo de percepções reveladas pelo passado, ao unir vários níveis temporais, com o intuito de construir constelações inesperadas

6 Termos utilizados por Benjamin (1983).

7 Em 2020, foi reconhecida pela *Forbes* como uma das personalidades jovens mais promissoras do ano, na categoria Web, através da *Forbes* 30 Under 30.

8 Acesso em: 18 jul. 2023.

9 Descrição da Agência no próprio site: “Conectando pessoas, fãs e comunidades às marcas, através de suas paixões e interesses. Somos um grupo especializado em música, entretenimento e cultura digital”. A descrição da Camilla no site da agência é “Divertida, empoderada, Camilla tem um forte perfil de beleza e moda, transitando com conteúdos divertidos em seus canais @camilladelucas”. Acesso em: 18 jul. 2023.

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

11 No *Twitter*, com mais de 2 milhões de seguidores, a *bio* da *influencer* é: blogueyra real, digital desinfluen- cer e criadora de conteúdo. Acesso em: 18 jul. 2023.

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

que permitam juntar os fragmentos, num trabalho de restauração. Não se trata de criar uma nova ordem, mas reconfigurar a ordem existente.

Partimos do entendimento de que existe relação entre racismo, hierarquias sociais que se manifestam no que diz respeito às representações de marketing de pessoas negras, grupos raciais e práticas discriminatórias no mercado, que, geralmente, retratavam pessoas negras de maneiras estereotipadas negativas, como servis, subumanos, sujos, pobres, criminosos e incivilizados e, em contraste, os brancos eram visualmente associados a alto caráter, civilidade e posições de autoridade (Davis, 2017). Beatriz Nascimento (2022) demonstra preocupação com as imagens de pessoas negras veiculadas na mídia, comumente estereotipadas, e 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, 2022, p. 40). Entretanto, a influenciadora digital negra Camilla de Lucas, autointitulada “blogueyrinha real”, subverte essa ordem e utiliza o fato de ser suburbana a seu favor.

Figura 1 – Processo de construção da *blogueyrinha da vida real*



Fonte: *Print do Instagram* em 28 jul. 2017.

Camilla ganhou popularidade em 2017, no *YouTube*, com dicas de maquiagem, cabelo e *vlogs* do seu cotidiano. Os conteúdos produzidos no início da carreira partiram de estereótipos negativos associados aos negros para mostrar, por meio do humor e do sarcasmo, o desenrolar da própria vida. A influenciadora assume a condição de suburbana, semelhante à realidade da maioria do povo brasileiro, tanto nas postagens quanto ao se intitular “blogueyrinha real”. Esse movimento vai de encontro à vida considerada “perfeita” das influenciadoras bem-sucedidas de *lifestyle*.

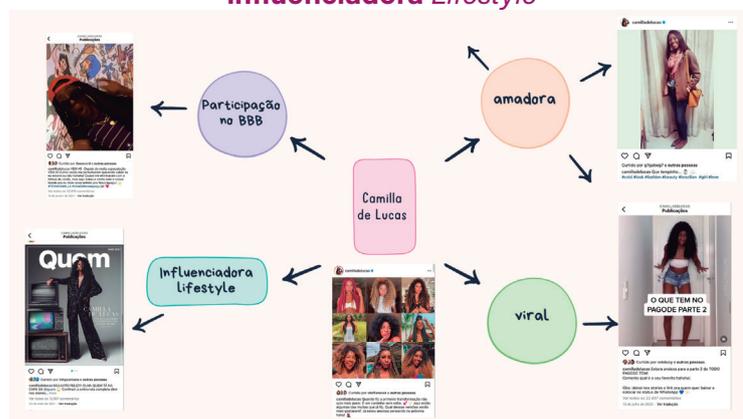
As primeiras publicações no *Instagram*, datadas de 2014, são imagens da Camilla de cabelo liso, em festas familiares, na sala de casa, passeando no Rio de Janeiro, mostrando *looks* do dia e fazendo batalhas de *looks* em provadores de lojas como a C&A. Fotos amadoras, com bastante filtro, bem característico desse período na plataforma *Instagram*, além de *selfies* e *hashtags* voltadas para moda, beleza e estilo. A partir

da análise do perfil da influenciadora, elencamos quatro fases de Camilla: amadora, viral, participante do programa de TV *Big Brother Brasil* e influenciadora *lifestyle*.

Na fase amadora, as publicações têm produção própria e a influenciadora divide o seu tempo de postagem com um emprego formal em uma corretora de imóveis. A dinâmica nesse período simula situações semelhantes às das páginas de influenciadoras de moda de sucesso como sugestões de roupas, produtos de beleza e dicas de bem-estar. A fase viral ocorreu no ano de 2020 com a publicação do vídeo intitulado “Tour pela Casa” em que a “blogueira real”, com humor, mostra sua residência simples, bem diferente das mansões de muitas influenciadoras digitais milionárias com “tradição” no mercado de influência digital. Aqui, Camilla já produzia vídeos com periodicidade semanal para o seu canal no *YouTube*, e os conteúdos eram voltados para cabelo e pele negra.

Foi também nesse período que ela iniciou a construção, por meio de publicações bem-humoradas, da sua participação no programa de TV *Big Brother Brasil*. Na terceira etapa, já como participante do programa, em 2021, o perfil de Camilla volta-se para sua participação no programa. Por fim, como influenciadora *lifestyle*, as publicações são de viagens, propagandas, capas de revistas, reformas, mudança de casas. O desdobramento disso foi o agenciamento da *Mynd 8*, publicidades nacionais e internacionais, capas de revistas como *Glamour*, *Elle Brasil*, entre outros.

Figura 2 - Fases da influenciadora: amadora, viral, participação no *Big Brother Brasil* e influenciadora *Lifestyle*



Fonte: Elaborado pela autora.

Durante todas as fases apresentadas acima, é possível elencar três movimentos que chamamos de conceitos base para construir essa constelação específica. A repetição dos conceitos, em todas as etapas, permite retornarmos ao passado para construir o presente, conforme preconiza Benjamin (2020). São eles: autodefinição (Collins, 2019), os conceitos de margem e centro (Hooks, 2019b) e as publicidades presentes no perfil. A autodefinição (Collins, 2019) é elaborada por trás das máscaras de

conformidades (encontradas por meio das imagens, legendas e sons) e consiste na resistência baseada no reconhecimento de valor próprio.

Figura 3 - Reconhecimento e valorização da beleza negra



Fonte: Print do Instagram em 8 nov. 2018.

Aqui, não estamos falando de conteúdos didáticos, comuns em perfis de ativistas, mas, sim, de um 'viver' a negritude online. 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).

Figura 4 - Processo de transição capilar como uma das etapas de reconhecer-se negra



Curtido por milh.august111 e outras pessoas
 camilladelucas AQUELSA BELEZA NATURAL. TÔ SÁNDIO DO RELAXAMENTO E OLHA O VOLUME E DESENVOLVIMENTO QUE MEU CABELO TÊNE. ESTOU A 6 MESES NA TRANSIÇÃO E SÓ CONSEGUI ENTRAR DANDO UM INTERVALO DE 4 MESES DE UMA QUÍMICA PARA A OUTRA. Eu relaxa todo mês e faz meu cabelo quebrar muito, então comecei relaxando de 2 em 2 meses, depois de 4 em quatro meses, e agora não uso química a 6 meses. Nesse tempo fiz 2 cortes no meu cabelo e vou precisar fazer mais porque tem muita parte com química ainda, mas eu consigo disfrutar. Eu confesso que o BC não é algo que eu pretendo fazer, mas vocês podem perceber o quanto meu cabelo desenvolveu sem química. Se eu consigo vocês também conseguem! FODAM SE @ @ @ #cachosperfeitos #cachosestilosos #transiçãoobachos

Fonte: Print do Instagram.

Na imagem acima, mesmo havendo um vínculo profissional, a negritude é demarcada fazendo referência ao filme da Disney em que, pela primeira vez, a Pequena Sereia é representada por uma atriz negra. Essa relação não ocorre apenas com as publicidades atravessadas pela raça, como também em todas as publicidades disponibilizadas pela influenciadora, já que as referências negras estão nas roupas, cabelos, posicionamentos e postura de Camilla. Outro ponto importante, é entender que o ativismo negro está presente no perfil profissional da influenciadora, mas não é anunciado, ao contrário, ele é vivido.

De acordo com 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 enquadramento¹³ 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 para a sobrevivência dos negros e negras.

Figura 6 - A autodefinição está nas músicas, nas referências negras, no cabelo e na vida da influenciadora



Fonte: *Print do Instagram.*

Fortalecemo-nos em espaços de resistências 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 diretamente na autodefinição das filhas.

Figura 7 - Relação com as amigas negras chamadas carinhosamente de “afropatys”



Fonte: *Print do Instagram.*

O outro espaço de fortalecimento entre pessoas negras, elencado Collins (2019), são as relações familiares. Nesse caso, é comum publicações da influenciadora exaltando a relação com mãe e com a família, típica do subúrbio carioca.

¹³ Lugares e imagens que a sociedade espera que os negros ocupem.

Figura 8 – Situações cotidianas relacionadas com a família



Fonte: Print do Instagram.

A autodeterminação (Collins, 2019) e o não desejo de branqueamento, apresentados aqui, podem desvelar a branquitude enquanto categoria também racializada despertar e isso estimular receios da perda dos privilégios simbólicos e materiais mantidos pelos brancos. De acordo com Trindade (2022), as mulheres negras são as principais vítimas de agressões online dentro desse modelo de construção social machista e racista.

Figura 9 – Manifestação da influenciadora digital após sofrer ataques online

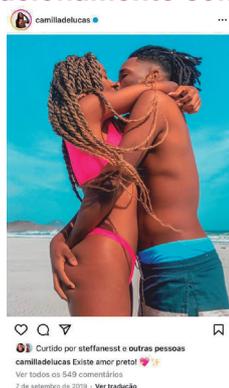


Fonte: Print do Instagram.

A autodefinição no perfil da Camilla aparece na transição capilar¹⁴, nos diversos tipos de cabelo (lance, trança, dread, black power, entre outros), na construção de um amor saudável com homem negro, na relação com a família, em publicidades como dos filmes *Pequena Sereia* e *Mulher Rei*, em vídeos com as amigas chamadas carinhosamente de *afropatys*, nas referências de cantores negros, entre outras. É possível encontrar a construção e o orgulho de uma negritude por todo o perfil.

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

Figura 10 - Relacionamento com homem negro



Fonte: *Print do Instagram.*

Destacamos que o perfil da influenciadora desponta para públicos específicos como produtora de conteúdo e espaço de afetividades, ainda que esse perfil seja mediado, atualmente, por uma agência de publicidade. Dessa forma, a autodefinição, utilizada pela Camilla de Lucas desde as suas primeiras publicações online, são movimentos capazes de produzir desvios sociais, corroborando com a ideia de que a resistência negra chega também aos ambientes online, mesmo, paradoxalmente, inseridos em plataformas cujo o objetivo é o lucro.

Nesse contexto, Steele (2018) ressalta 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. Óbvio, que não é a partir de ideias essencialistas sobre os negros que negam a existência de diferenças entre suas identidades, culturas, perspectivas e vidas, mas focado no diálogo diaspórico digital negro que é contornado pelas desconexões e diferenças dos negros e por conexões e pontos em comum.

Figura 11 - Capa de revista em que a influenciadora fala do processo de autoaceitação



Fonte: *Print do Instagram.*

Sobande *et al.* (2020) vão além e explicam que há uma diferença entre a exclusão e a negligência produzidas pela grande mídia e a oportunidade de se engajar em

atividades de resistência e autocapacitação ao construir uma identidade influenciada pelas vozes online de outras mulheres negras, possibilitando a leitura e a produção de imagens de mulheres negras como meio de autorrealização, autocuidado e apoio. Para as autoras, ser uma mulher negra em lugares predominantemente brancos geralmente envolve lidar com o racismo antinegro cotidiano e lutar por um sentimento de pertencimento.

Nesse contexto, a mercantilização da “negritude” 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. Encontrar esse “entre” é mais um desafio para as influenciadoras digitais negras.

Outro conceito base para pensar a constelação do perfil de Camilla é o movimento frequente da influenciadora faz as referências do subúrbio carioca, mesmo não morando mais lá. Para pensar sobre isso, usamos os conceitos de margem e centro, discutido por hooks (2019b), em que as mulheres e homens negros sempre foram empurrados para as margens. Pertencer à margem é ser colocado fora do corpo principal da sociedade.

Figura 14 - Mesmo estando no centro, inserida no mercado de publicidade predominantemente branco, a influenciadora sempre volta à margem (ao subúrbio carioca)



Fonte: *Print do Instagram.*

Para a autora, a margem funciona como espaços de resistências, possibilidades e abertura radical, não podendo ser vista apenas como um espaço de escassez. A influenciadora faz esse movimento de centro/margem (hooks, 2019b) ao longo de todo o perfil e cria uma fresta entre o lugar que se espera que uma influenciadora ocupe e o lugar ocupado por uma suburbana. A margem traz esse ambiente de abertura em que é possível formular pensamentos críticos. Tynes *et al.* (2016) consideram que a capacidade de contrariar as narrativas hegemônicas e o autocuidado são componentes chave da interseccionalidade digital de modo que o movimento seja capaz de criticar e

corrigir sua própria narrativa e práticas indo além das reflexões teóricas na academia e usando suas posições sociais para combater múltiplas formas de opressão.

O último ponto recorrente na constelação do perfil de Camilla é o caráter mercadológico da página que, ainda em 2015, nas primeiras publicações do perfil, a influenciadora já se comportava como tal ao fazer *look* do dia, provadores em lojas, dicas de roupa e sugestões de consumo, mesmo trabalhando em uma corretora de imóveis, conforme publicação do dia 28 de outubro: "Mulher trabalhadora que fica no Centro do RJ até as 21h em reunião. O ramo de imóveis é magnífico. Partiu bolar novas estratégias de locação".

Ao longo das postagens, o profissionalismo da influenciadora vai ganhando força não só com a qualidade das imagens diárias, como com as propagandas, que passam a ter *storytelling* ligados à vida da influenciadora. Isso continua após o *Big Brother Brasil*, mesmo sendo agenciada, as publicidades seguem sendo relacionadas às experiências de vida da Camilla, envolvendo temáticas que fazem sentido para a autodeterminação da influenciadora.

Elencar como fundamento da constelação o aspecto mercadológico é essencial porque consideramos os perfis das influenciadoras digitais como uma prática profissional (Karhawi, 2021; Primo *et al.*, 2021) com base em engajamento cujas marcas compensam as profissionais com dinheiro, produtos, serviços ou experiências. Carter (2016) explica que os influenciadores trabalham para entender sua própria influência e gerenciar como são vistos e valorizados. Trata-se de práticas que moldam como a influência e o engajamento são concebidos e respondem tanto a restrições técnicas quanto às decisões de negócios e às práticas individuais.

Considerações finais

Perfis como o de Camilla de Lucas estão inseridos em um paradoxo no qual significa ser, ao mesmo tempo, rentável, servindo de base para o capitalismo contemporâneo e também ser um lugar de possibilidade, resistência e que não seja uma bandeira ativista do perfil. Segundo Souza (2021), o racismo brasileiro torna-se obstáculo ao avanço do povo negro e molda perspectivas de ascensão social porque lida com barreiras sutis e nunca verbalizadas. São mecanismos presentes nas relações sociais que disfarçam, ocultam e sutilmente legitimam a raça branca como universal porque se voltam apenas para ela como única face visível e possível.

Como contribuição, a pesquisa acrescenta mais uma camada, dessa vez, considerando o mercado de plataformas, no percurso de construção das relações das mulheres negras e do mercado de trabalho brasileiro. Esse sempre foi um cenário marcado por uma estrutura de dominação e reconhecer como essas ligações estabelecidas foram fundamentais para entendermos como funciona o mercado contemporâneo da

influência. O caminho de voltar para trás e, ao mesmo tempo, olhar os desdobramentos contemporâneos foi percorrido na tentativa de observar o fenômeno de forma não estanque e entendê-lo como um espaço de possibilidades mesmo estando em um contexto econômico de plataforma e baseado no lucro.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal. Internet celebrity: Understanding fame online. **Emerald Group Publishing**, 2018.

ABÍLIO, Ludmila Costhek; AMORIM, Henrique; GROHMANN, Rafael. Uberização e plataforma do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias**, v. 23, p. 26-56, 2021.

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, 2018.

BENJAMIN, Walter. **Sobre o Conceito de História**: edição crítica. Organização e tradução de Adalberto Müller e Márcio Seligmann-Silva; Notas de Márcio Seligmann-Silva. São Paulo: Alameda, 2020.

BENTO, Maria Aparecida Silva. Mulher negra no mercado de trabalho. **Revista Estudos Feministas**, v. 3, n. 2, p. 479-479, 1995.

BRITO, Janaina Madeira; ANDRADE FREITAS, Maria Carolina de; CHAMBELA, Suzana Maria Gotardo. Constelações benjaminianas: um pensamento-intervenção na pesquisa em Psicologia. **Mnemosine**, v. 17, n. 1, p. 293-313, ago. 2021.

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.

CARTER, Daniel. Hustle and brand: The sociotechnical shaping of influence. **Social Media+ Society**, v. 2, n. 3, p. 1-12, ju./set. 2016.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro**: conhecimento, consciência e a política do empoderamento. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019.

DAVIS, Angela. **Mulheres, cultura e política**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Dominus, 1965.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala**: formação da família brasileira sob o regime de economia patriarcal. São Paulo: Global, 2003 [1933].

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2020.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. **Racismo e anti-racismo no Brasil**. Editora 34, 1999.

HASENBALG, Carlos. **Discriminação e desigualdades raciais no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

hooks, bell. **Anseios**: raça, gênero e políticas culturais. Editora Elefante, 2019b.

hooks, bell. **Erguer a voz**: pensar como feminista, pensar como negra. São Paulo: Elefante, 2019a.

hooks, bell. **Teoria feminista**. Editora Perspectiva, 2019c.

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira à influenciadora**: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Editora Sulina, 2021.

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.

LIVEIRA, Lucia Helena; PORCARO, Rosa Maria; ARAUJO Tereza Cristina N. **O Lugar do Negro na Força de Trabalho**. Rio de Janeiro: IBGE, 1985.

LÖWY, Michael. **Walter Benjamin**: aviso de incêndio. Uma leitura das teses 'Sobre o conceito de história'. São Paulo: Boitempo, 2005.

MOTTA, Roberto. Paradigmas de interpretação das relações raciais no Brasil. **Estudos afro-asiáticos**, v. 38, p. 113-133, dez. 2000.

NASCIMENTO, Abdias. **O genocídio do negro brasileiro**: processo de um racismo mascarado. São Paulo: Editora Perspectiva, 2016.

NASCIMENTO, Beatriz. **O negro visto por ele mesmo**: ensaios, entrevistas e prosa. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**. Santo André, SP: Editora Rua do Sabão, 2020.

OTTE, Georg; VOLPE, Mirian Lídia. Um olhar constelar sobre o pensamento de Walter Benjamin. **Fragmentos**, Florianópolis, n. 18, p. 35-47, 2000.

PRIMO, Alê; MATOS, Ludimila; MONTEIRO, Maria Clara. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA, 2021. (Cibercultura LAB404).

SANTOS, Daniele Queiroz dos. **Entre montagens e constelações**: um estudo sobre a mobilidade das imagens. 2017. 155f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia da Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

SANTOS, Iaci d'Assunção. Entre restos e rastros: a história aberta e seus recomeços. Notas a partir de Benjamin e Didi-Huberman. **Revista ARA**, v. 2, p. 17-36, 2017.

SCHUCMAN, Lia Vainer. O Branco e a Branquitude: Letramento Racial e Formas de Desconstrução do Racismo. **Portuguese Literary and Cultural Studies**, p. 171-189, 2022.

SCHWARCZ, Lília Moritz. **O espetáculo das raças**: cientistas, instituições e questão racial no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p. 99-133.

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, Alex Sander da; AZEREDO, Jéferson Luís de; BITTENCOURT, Ricardo Luiz de. O pensamento em constelação adorniano como possibilidade de reflexão crítica sobre as práticas formativas em contextos educativos. **Conjectura: filosofia e educação**, v. 21, n. 2, p. 275-287, 2016.

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.

SOUTO, Mariana. Constelações fílmicas: um método comparatista no cinema. **Galáxia**, São Paulo, p. 153-165, 2020.

SOUZA, Neusa Santos. Tornar-se negro: ou as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social. **Editora Schwarcz-Companhia das Letras**, 2021.

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.

TELLES, Edward. Repensando as relações de raça no Brasil. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, v. 1, n. 42, 2003.

TYNES, Brendesha; SCHUSCHKE, Joshua; NOBLE, Safiya Umoja. Digital intersectionality theory and the # BlackLivesMatter movement. *In*: NOBLE, Safiya Umoja; TYNES,

Brendesha M. (eds.). **The intersectional internet: Race, sex, class, and culture online.** New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2016. p. 21-40.

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

TRINDADE, Luiz Valério. **Discurso de ódio nas redes sociais.** São Paulo: Editora Jandaíra, 2022.

VEIRMAN, Marijke de; 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.