
Camilla de Lucas no Instagram: Reflexões críticas sobre a influenciadora digital negra a partir da constelação de Benjamin¹

Irina Coelho MONTE²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este artigo faz uma reflexão crítica, a partir do perfil da influenciadora Camilla de Lucas, por meio da proposta de constelação, inspirada em Walter Benjamin (1983), para discutir um campo carente de sistematização que é a influência digital vista de uma perspectiva racializada. A metodologia de análise tem como característica uma abertura para a sensibilidade dos pesquisadores e permite olhar para as relações entre mulheres negras e mercado de trabalho brasileiro de forma fluida, mutável e não estanque. Como resultado, elencou-se a autodefinição (hooks, 2019; 2020), os conceitos de margem e centro (hooks; 2019b) e o processo de profissionalização das influenciadoras negras como pontos bases dessa constelação. 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 o mercado de trabalho brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: influência digital; raça; constelação; mulheres negras; mercado do trabalho brasileiro;

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 (De Veirman et al, 2017). Em expansão³, a indústria de marketing de influência, feita por esses profissionais, deve crescer para aproximadamente US\$ 21,1 bilhões, de modo que o salto nos investimentos do setor representou 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 lista⁴ com a maioria dos influenciadores ativos. Temos, então, um mercado que atrai

¹ Trabalho apresentado no GP 2 - Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFRGS, email: irinaacoelho@gmail.com

³ Dados do Relatório de Benchmark de Marketing de Influenciadores 2023. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/> Acessado em: 15.08.2023

⁴ Relatório Anual de Marketing da Nielsen de 2022.

investimentos na casa de bilhões e que, também, muda com bastante frequência e rapidez (Campbell e Farrell, 2020).

Nesse cenário, as marcas encontraram nas plataformas de mídias sociais uma possibilidade de ampliação dos seus negócios, entretanto esbarram na dificuldade de criar conteúdos. Os influenciadores, por sua vez, especialistas em gerar conteúdo com o qual os consumidores interagem, apareceram como uma boa oportunidade para ampliar esse alcance. O desafio deste trabalho é entender como as influenciadoras digitais negras estão inseridas nessas dinâmicas do mercado brasileiro, que não são apenas comerciais, mas também sociais. Posto isso, explicita-se que pessoas negras em qualquer lugar (na rede social, no mercado de trabalho ou produzindo conhecimento) são lidas racialmente. Afasta-se também de utopias que dão aos algoritmos e às tecnologias a esperança ilimitada da neutralidade, e parte-se da perspectiva que entende que os algoritmos não são baseados apenas na eficiência matemática, ao contrário, eles também são sociais e morais (O'neil, 2020).

Parte-se da ideia, portanto, de que o processo de profissionalização das influenciadoras digitais no Brasil foi longo e que teve início com os blogs, baseados em motivações pessoais, passando pela vontade de compartilhar conhecimento sobre determinado assunto até chegar no momento em que a audiência passou a entender os blogs como um espaço confiável, do ponto de vista não só de percepção de aprendizagem e troca, mas também como um espaço afetivo (Karhawi, 2021). A blogueira tornou-se 'formadora de opinião' e legitimou-se como um produto da Comunicação rentável, tanto do ponto de vista do mercado quanto pela mídia especializada. (Primo et.al 2021) e este trabalho traz um entendimento semelhante ao de Karhawi (2021), que considera influenciadoras digitais uma categoria de gênero discursivo, que deve ser incluída na área da Comunicação, além de entendê-las como uma prática profissional.

A partir dessa perspectiva, olhar-se para o perfil da influenciadora digital negra Camilla de Lucas, na plataforma Instagram, considerando que a complexidade do fenômeno envolve também as relações sociais estabelecidas nesses ambientes de troca, influenciados pelo processo de formação do Brasil, mercado de influência, agência das plataformas digitais, entre outros fatores. Ao todo, para chegar no nome de Camilla de Lucas, foram coletadas e analisadas, inicialmente, 12 matérias jornalísticas presentes no

Google, a partir das palavras chaves: “influenciadoras digitais negras brasileiras”. As matérias traziam ‘*ranking*’ de influenciadoras brasileiras negras e com base no mapeamento feito, chegamos ao nome mais recorrente. Aqui, consideramos dois pontos importantes: 1) a maioria das matérias que trazem esses *ranking* são alusivas ao dia da Consciência Negra 2) figuram na listagem perfis comerciais que a maioria são vinculados a agências de publicidade.

Ocupar qualquer espaço implica lidar, diariamente, com o fato de que há padrões estabelecidos considerados “universais”, e que o sujeito racializado não pertence a esses padrões. 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 utilizamos a constelação de Walter Benjamin (Otte e Volpe, 2000) porque é baseada na sensibilidade dos pesquisadores, na experiência com as imagens, 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.

O artigo é dividido em três tópicos, em que no primeiro é discutido a Constelação de Benjamin como caminho metodológico; em seguida, na fundamentação teórica, faz-se um breve retorno ao passado, não de forma linear, mas trazendo pontos significativos para pensarmos a relação das mulheres negras e o mercado de trabalho e, por fim, a partir do perfil da influenciadora Camilla de Lucas, aborda-se a autodefinição (hooks, 2019a; 2020), os conceitos de margem e centro (hooks; 2019b) e o processo de profissionalização das influenciadoras negras como pontos bases dessa constelação e, de forma mais ampla, as dinâmicas contemporâneas vividas pelas mulheres negras brasileiras dentro do mercado de influência. Esse texto faz parte de uma tese desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), dentro do Programa Dinter UFRGS e Universidade Federal do Amazonas (Ufam).

Constelação de Benjamin como caminho metodológico

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 autor⁵ 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 porque a linguagem é entendida por Benjamin como uma das dimensões constitutivas de seu exercício de pensamento (Braga, 2018). Posto isso, no campo da Comunicação, a constelação como metodologia é utilizada com mais frequência para a análise de filmes, porque segue noções que rompem o tempo contemporâneo e traz o entendimento não-linear da história, em que se desvincula da ideia de continuidade e propõe uma apresentação fragmentada dos acontecimentos (Souto, 2020; Brito, 2021; Braga, 2018; Silva et al 2016; Santos, 2017; Otte e Volpe, 2000). Desta forma, é possível historicizar um fato ou objeto do presente à luz de seus diálogos com possíveis antepassados e 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 ideia de linearidade dos fatos do passado e presente e cria-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 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

⁵ Segundo a autora, o termo constelação está presente, especialmente em “Origem do drama barroco alemão (1984)” e as teses “Sobre o conceito da História (1996)”. Entretanto, as noções de constelação aparecem de maneira breve e ligada a outras ideias.

meio dos tempos, tornam-se agrupamentos feitos após longas observações. Em outras palavras, Silva et al (2016) argumenta 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 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). “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 tratar 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 intato. Otte e Volpe (2000) enfatizam que, segundo Benjamin (1983), 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.

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)

⁶ Termos utilizados por Benjamin (1983).

Nos interessa esse diálogo proposto por Benjamin em que se considera a tradição dos oprimidos em vez de olhar a história apenas do ponto de vista dos vitoriosos. Neste trabalho, isso é feito a partir das particularidades existentes na construção do mercado de trabalho brasileiro e nas formas como as mulheres negras foram inseridas nele; passando pelo mercado de trabalho atual, que inclui ecossistemas de plataformas e marketing de influência; tudo isso, sob uma perspectiva racializada, considerando que as dinâmicas sociais e econômicas em torno das influenciadoras digitais negras apresentam componentes que requer pensarmos de forma holística.

Mulheres negras e a construção do 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 relação foi estabelecida é fundamental para entendermos como funciona o mercado contemporâneo da influência no Brasil. Retomar a herança escravocrata e o papel de trabalhadora da mulher negra dentro da sociedade brasileira nos ajudará a entender os mecanismos atuais de manutenção de privilégios e, em último efeito, condições objetivas de discriminação.

Há pesquisas que interpretam as questões raciais no Brasil com enquadramentos sociológicos diversos (Guimarães, 2002; Motta, 2000; Telles, 2003) que, cronologicamente, vão desde os estudos referentes ao século XIX e início do XX⁷, 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,

⁷ 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 escravidão, 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, 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. 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.

em que a miscigenação racial deixa de ser vista como um obstáculo e torna-se a principal via de homogeneização nacional (Freyre, 2003) até chegar no entendimento que questiona a suposta harmonia racial e inicia as perspectivas que denunciam o racismo entranhado em nossas desigualdades sociais (Fernandes, 1965).

Interessa-nos destacar que o “mito da democracia racial”, proposto por Freyre, tornou-se assim 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 consequente 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. Desta forma, as teorias conciliatórias serviram e servem para manter silêncios que mascaram e dificultam seu enfrentamento. Os apagamentos do trabalho e da luta negra na sociedade brasileira obriga a nós, negros, esquecermos quem somos e a não questionarmos as nossas atuais condições econômicas, sociais e psicológicas. Em contrapartida, os brancos figuravam nos espaços de poder e formularam conceitos, valores e políticas públicas⁸ que nortearam o país

⁸ “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)

(Hasenbalg, 1979; Telles, 2003). Bastide e Fernandes (1971) vão mais fundo e afirmam que por vezes há uma tolerância, mas não se trata da integração social do negro, e aquele que ascende socialmente tem que conviver com outro elemento que geralmente pode incomodar, pois é exceção à regra e causa surpresa se ocupa posições privilegiadas.

No caso das mulheres negras, as especificidades entre as trabalhadoras brancas e negras apontaram 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). São particularidades que derivam da segmentação racial do mercado de trabalho brasileiro e Bento (1995), em sua pesquisa sobre os mecanismos da discriminação racial no trabalho, conclui que os dados estatísticos e as entrevistas revelam que o lugar destinado à mulher negra são as atividades domésticas e os trabalhos manuais.

No que diz respeito ao mercado contemporâneo, vivenciamos o crescimento do novo proletariado de serviços em que 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) 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. 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)

O artigo olha a forma como as influenciadoras digitais negras, que tendem a participar menos do mercado de trabalho por causa de questões histórico-culturais, sociais e socioeconômica, estão inseridas nesse mercado comunicacional cada vez mais instável e intermitente, considerando que mulheres negras sempre estiveram à margem do mercado de trabalho, formal e informal, brasileiro. Esses arranjos orientam as

interações dos usuários de plataformas e, simultaneamente, moldam as interações e normas sociais. O marketing nas mídias sociais 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). Posto isso, é importante considerar que há uma dinâmica técnico-comercial inscrita nas plataformas e elas incentivam e/ou desencorajam conexões que atingem diretamente as práticas sociais. Aqui, também, é importante visualizar os mecanismos de construção deste perfil profissional dentro da Comunicação para entender que o letramento racial (Schucman, 2022) fez e faz parte desse contexto. E o perfil de Camilla nos ajuda a entender essas questões.

Perfil de Camilla de Lucas no Instagram

A complexidade do fenômeno que envolve influenciadoras digitais negras abarca as relações sociais estabelecidas nesses ambientes de troca, influenciados pela construção social do Brasil, mercado de influência, agência das plataformas digitais, entre outros fatores. Como já afirmamos, ocupar qualquer espaço, sendo uma mulher negra, implica lidar, diariamente, com o fato de que há padrões considerados “universais” estabelecidos, e que o sujeito racializado não pertence a esses padrões. “Comunicadora, produtora de conteúdo e forbes under 30⁹”, essa é a descrição atual¹⁰ na bio da influenciadora (@camilladelucas). Ligada, atualmente, a uma das maiores agências do país, Mynd 8¹¹, 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 Youtube¹², página no Twitter¹³ e Tik Tok¹⁴.

⁹ Em 2020 foi reconhecida pela *Forbes* como uma das personalidades jovens mais promissoras do ano, na categoria Web, através da *Forbes* 30 Under 30.

¹⁰ visto o perfil 18.07.2023

¹¹ 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”. (acessado em 18.07.23)

¹² No Youtube, a página tem mais de 2,5 milhões de seguidores, com 303 vídeos publicados

¹³ No Twitter, com mais de 2 milhões de seguidores, a bio da influencer é: blogueyra real, digital desinflencer e criadora de conteúdo” (acessado em 18.07.23)

¹⁴ Na plataforma, ela tem mais de 5,3 milhões de seguidores e mais de 45 milhões de curtidas

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 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 que existe 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, 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).

No Brasil, 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, 2021, p.40). A influenciadora digital negra Camilla de Lucas, autointitulada “blogueyrinha real”, subverte essa ordem e utiliza o fato de ser suburbana 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. 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 a moda, beleza e estilo. Nesse contexto, a autodefinição (hooks, 2019; 2020), os conceitos de margem e centro (hooks; 2019b) e o processo de profissionalização das influenciadoras negras foram elencados como pontos bases dessa constelação. Elencamos como fases da

influenciadora as seguintes: amadora¹⁵, viral¹⁶, participante do programa de TV Big Brother Brasil¹⁷ e influenciadora *lifestyle*¹⁸.

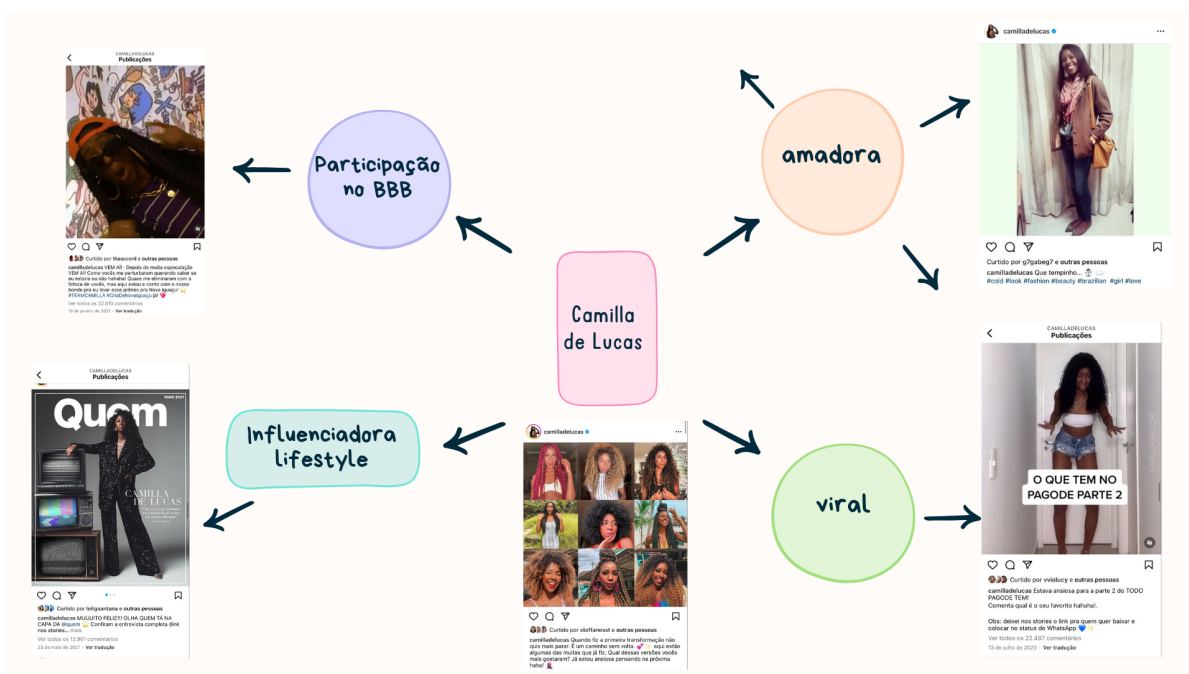


Figura 1: Fases da influenciadora

É possível acompanhar, desde as publicações de 2015, que o processo de autodefinição (hooks, 2019; 2020) da influenciadora, enquanto mulher negra, se repete como um dos pontos-chaves da constelação que forma o perfil. O que há de comum em todas essas fases do perfil é a constante volta à autodefinição (hooks, 2019; 2020) por parte de Camilla. A autodefinição é construída por trás das máscaras de conformidades (encontradas por meio das imagens, legendas e sons), e consiste na resistência baseada no reconhecimento de valor próprio. 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). No perfil, em

¹⁵ Nessa fase, as publicações são amadoras, com produção própria, e a influenciadora trabalhando em emprego formal de corretora de imóveis.

¹⁶ A popularização ocorreu 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.

¹⁷ No ano de 2021, Camilla foi convidada para participar do Big Brother Brasil (BBB).

¹⁸ Consideramos o Pós BBB e o agenciamento da empresa Mynd 8.

todas as fases que elencamos, é possível perceber 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.

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 enquadramento¹⁹ 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. Nos fortalecemos 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 são a relação com outra mulher negra e 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. É comum publicações da influenciadora exaltando a relação com mãe e com a família.

Temos, então, quando nós, negros e negras, nos autodefinimos ou rejeitamos os pressupostos colocados por quem ocupa posição de autoridade, passamos a interpretar a realidade por chaves que são nossas. A autodeterminação (hooks, 2019) e o não desejo de branqueamento, por parte de negros ou indígenas, pode desvelar a branquitude (enquanto categoria também racializada) e despertar receios da perda dos privilégios simbólicos e materiais mantidos pelos brancos, tornando, por exemplo, as mulheres negras as principais vítimas de agressões online (Trindade, 2022) dentro desse modelo de construção social machista e racista. A autodefinição, no perfil da Camilla, aparece na transição capilar²⁰, nos diversos tipos de cabelo (lance, trança, dread, black power, entre outro), na construção de um amor saudável com homem negro, na relação com a família, em publicidades como do filme da Pequena Sereia e Mulher Rei, a vídeos com as amigas chamadas carinhosamente de “afropatys”, as músicas de cantores negros,

¹⁹ Lugares e imagens que a sociedade espera que os negros ocupem.

²⁰ Em uma publicação do dia 26 de outubro de 2015, a influenciadora celebra o sucesso de conseguir lidar com “*day after*”, durante a transição.

entre outras. É possível encontrar referências positivas e significativas que envolvem a cultura negra por todo o perfil.

Considerações finais

Destacamos que o contexto contemporâneo apresenta variáveis significativas e que o perfil da influenciadora desponta para públicos específicos como produtora de conteúdo e também espaço de afetividades, ainda que esse perfil seja mediado, atualmente, por agência de publicidade. A popularização dos seus vídeos ocorreu em 2020 e, em pouco tempo, a jovem era um fenômeno online que figurava entre as personalidades negras mais influentes da internet brasileira. O vídeo que marca a popularidade da Camilla é 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. O desdobramento disso foi o agenciamento da Mynd 8, a participação no reality show Big Brother Brasil, capas de revistas como, Glamour, Elle Brasil, entre outros. Desta 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 que a resistência negra chega também aos ambientes online, mesmo, paradoxalmente, inseridos em plataformas cujo o 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 não é a partir de ideias essencialistas sobre os negros, que negam a existência de diferenças gritantes entre suas identidades, culturas, perspectivas e vidas, mas focado no diálogo diaspórico digital negro que é contornado pelas desconexões e diferenças dos negros e também por conexões e pontos em comum. Sobande et al (2020) explica 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 produção de imagens de mulheres negras como meio de auto realização, autocuidado e apoio. Para a autora, ser uma mulher negra em lugares predominantemente brancos geralmente envolve lidar

com o racismo anti-negro 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.

Outro ponto base para pensar a constelação do perfil de Camilla é o movimento frequente da influenciadora voltar-se às 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, literalmente, empurrados para as margens. Fazer parte da margem é pertencer ao todo, mas fora do corpo principal. Para a autora, há formas, inclusive, institucionalizadas de recolocar esses indivíduos que não pertencem ao centro de volta às margens. 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. A influenciadora faz esse movimento de centro/margem ao longo de todo o perfil e é fundamental observar as postagens 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 críticos²¹.

Tynes et al. (2016) considera que a capacidade de contrariar as narrativas hegemônicas e o autocuidado são componentes-chave da interseccionalidade digital de modo que o movimento é 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 mesmo em 2015, nas primeiras publicações do perfil, na fase que consideramos amadora, a influenciadora já se comportava como tal ao fazer look do dia, provadores em lojas como C&A, dicas de roupa, e sugestões de consumo, mesmo ainda 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, mas também com as

²¹São posicionamentos que desafiam a autoridade colonial do centro.

propagandas, que passam a ter *storytelling* ligados a vida da influenciadora. Pós Big Brother, mesmo sendo com agência, as publicidades continuam ligadas às experiências de vida da Camilla, envolvendo temáticas que fazem sentido para o cotidiano dela, como os filmes da Pequena Sereia (personagem negra) e Mulher Rei.

Elencar como ponto base da constelação o aspecto mercadológico é fundamental porque consideramos os perfis das influenciadoras digitais como uma prática profissional (Karhawi, 2021; Primo et al, 2021) com base em engajamento cujas as marcas compensam as profissionais com dinheiro, produtos, serviços ou experiências. Definir, conceituar e delimitar de forma adequada as influenciadoras é também desafiador porque existe uma série de ângulos que é possível abordar a influência digital, já que os usuários são classificados de acordo com medidas de influência (Carter, 2016). Temos, ainda, escopo do que pode ser considerado influenciadores bastante volátil, está em constante expansão e vai desde nanoinfluenciadores, passando por microcelebridades, macroinfluenciadores até celebridades influenciadoras (Senft, 2008; Campbell, Farrell, 2020; Khamis, 2017). Ademais, há uma infinidade de nichos em que esses profissionais atuam como moda, cosméticos, viagens, responsabilidade social, ativismo, entre outros, pois reúnem seguidores com interesses compartilhados e diferentes recortes como idade, classe social, gênero, sexualidade, raça, etc, de modo que são necessárias métricas distintas para detectar a heterogeneidade dos influenciadores.

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 a 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 da Camilla de Lucas na sua página no Instagram, que saiu de “blogueira real”, para de fato um perfil com características das influenciadoras digitais com agência de marketing, viagens, participação em reality show, tour pela casa nova, entre outros, está inserido no paradoxo que é ocupar esse espaço de plataforma. Ao mesmo tempo que é rentável, e

serve de base para o capitalismo contemporâneo, sendo mulher negra também torna-se um lugar de possibilidade de resistência, mesmo que isso não seja uma bandeira ativista do perfil.

Segundo Souza (2021), o racismo brasileiro torna-se obstáculos 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 sustentam e contribuem para a manutenção da supremacia branca também servem para questionar esse pensamento dominante. O presente trabalho tem como principais resultados perceber, por meio das constelações de Benjamin, que existem pontos-chaves na constelação proposta para pensar o perfil da influenciadora Camilla de Lucas como a autodefinição (hooks, 2019; 2020), os conceitos de margem e centro (hooks; 2019b) e o processo de profissionalização das influenciadoras negras que funcionam não só para manter esse espaço, mas também transformá-los em lugares de resistência, ora questionando essas relações de poder/aceitação e ora fazendo parte de experiências/lugares que “aparentemente” não foram feitos para os corpos negros, como viagens, capas de revistas, relacionamento saudável, entre outras. 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 o mercado de trabalho brasileiro.

Esse sempre foi um cenário marcado 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. Considerar a herança escravocrata e o papel de trabalhadora da mulher negra dentro da sociedade brasileira nos ajuda a entender os mecanismos atuais de manutenção de privilégios e em último efeito condições objetivas de discriminação ou de resistências. Esse caminho de voltar para trás e ao mesmo tempo olhar os desdobramentos contemporâneos foi percorrido ao longo das análises na tentativa de olhar o fenômeno de forma fluida, mutável e não estanque e entendê-lo como um espaço de possibilidades mesmo estando em um contexto econômico de plataforma e baseado no lucro.

REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, Ludmila Costhek; AMORIM, Henrique; GROHMANN, Rafael. Uberização e plataformação do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias**, v. 23, p. 26-56, 2021.
- BASTIDE, Roger e FERNANDES, Florestan. *Branco e negro em São Paulo*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971
- 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.
- BENTO, Maria Aparecida Silva. Mulher negra no mercado de trabalho. **Revista Estudos Feministas**, v. 3, n. 2, p. 479-479, 1995.
- BRITO, Janaina Madeira; DE ANDRADE FREITAS, Maria Carolina; CHAMBELA, Suzana Maria Gotardo. **Constelações benjaminianas: um pensamento-intervenção na pesquisa em Psicologia**. *Mnemosine*, v. 17, n. 1, 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. 2056305116666305, 2016.
- COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Boitempo editorial, 2019
- DAVIS, Angela. **Mulheres, cultura e política**. Boitempo Editorial, 2017.
- 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.
- FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Dominus, 1965
- FREYRE, G. **Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime de economia patriarcal**. São Paulo: Global, 2003 [1933]
- GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. Depois da democracia racial. **Tempo social**, v. 18, p. 269-287, 2006.
- HASENBALG, C. A. **Discriminação e desigualdades raciais no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- HOOKS, bell. **Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra**. São Paulo, Elefante, 2019
- _____. **Teoria feminista**. Editora Perspectiva SA, 2020.
- _____. **Anseios: raça, gênero e políticas culturais**. Editora Elefante, 2019b.
- 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, M. **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**, p. 113-133, 2000.
- NASCIMENTO, Abdias. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado**. Editora Perspectiva SA, 2016.
- NASCIMENTO, Beatriz. **O negro visto por ele mesmo: ensaios, entrevistas e prosa**. Ubu Editora, 2022.

-
- O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**. Editora Rua do Sabão, 2020.
- OTTE, G.; VOLPE, M. **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**. 2021.
- SANTOS, D. Entre montagens e constelações: um estudo sobre a mobilidade das imagens. 2017. 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, 2017b.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil. **São paulo: companhia das Letras**, p. 99-133, 1993.
- 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.
- SENF, Theresa M. **Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks**. Peter Lang, 2008.
- 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.
- 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. **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.
- _____, Luiz Valério. **Discurso de ódio nas redes sociais**. Editora Jandaíra, 2022.