

PRETOS, GAYS, CRISTÃOS E DISSIDENTES: UMA REPRESENTAÇÃO INTERSECCIONAL DE INFLUENCIADORES BRASILEIROS

Autor: Júlio César Gomes de Godoy

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Nonato

De acordo com dados do IBGE, o Brasil é um país formado por uma população predominantemente preta (55,5%), de religião cristã (86,4%) e com grande diferença salarial, em que pessoas negras têm salários até 75% menores do que de pessoas brancas. Mesmo com todas essas diferenças, é um país altamente digitalizado, cuja população dedica três horas e meia por dia às redes sociais. O Brasil é o terceiro país com maior tempo em redes sociais, alcançando a marca de dois milhões de influenciadores digitais em 2025. Diante dessas questões, este estudo corresponde a uma pesquisa de mestrado que tem como objetivo investigar e compreender de que maneira influenciadores entendidos como interseccionalmente marginalizados negociam socialmente ao construir narrativas interseccionais (sexualidade, racialidade, religiosidade e vulnerabilidade social), em um ambiente digital e vigiado. A metodologia é exploratória e qualitativa, a partir de curadoria e inspiração etnográfica digital (Pink, 2015). Para as análises, será aplicada a roleta interseccional (Carrera, 2020). Os resultados preliminares sugerem que os influenciadores cuja subjetividade é atravessada pela interseccionalidade produzem conteúdos na internet voltados a dar voz às suas subjetivações e servir às comunidades, porém enfrentam o capital de vigilância (Zuboff, 2019), a lógica algorítmica (Silva, 2022) e a validação da audiência. Alguns utilizam recursos cênicos, como humor, para conquistar visualização, engajamento e relevância. Para esses influenciadores, viver da influência não é garantia de sobrevivência, e a maioria deles precisa ter outras fontes de renda para se manter.