

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

BEATRIZ DA COSTA FERREIRA

**Moda e crítica social no *Instagram*:
o ativismo antirracista de Andreza Ramos**

Mariana

2025

BEATRIZ DA COSTA FERREIRA

**Moda e crítica social no *Instagram*:
o ativismo antirracista de Andreza Ramos**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares

Mariana

2025

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

F383m Ferreira, Beatriz da Costa.

Moda e crítica social no instagram [manuscrito]: o ativismo antiracista de Andreza Ramos. / Beatriz da Costa Ferreira. - 2025.
66 f.: il.: color..

Orientador: Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Moda. 2. Mulheres - Negras. 3. Instagram (Rede social on-line). I.
Tavares, Frederico de Mello Brandão. II. Universidade Federal de Ouro
Preto. III. Título.

CDU 316.472.47

Bibliotecário(a) Responsável: Eliane Apolinário Vieira Avelar - CRB6/3044



FOLHA DE APROVAÇÃO

Beatriz da Costa Ferreira

Moda e crítica social no *Instagram*: o ativismo antirracista de Andreza Ramos

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em 04 de setembro de 2025.

Membros da banca

Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares (Orientador) - Universidade Federal de Ouro Preto
Profa. Dra. Karina Gomes Barbosa da Silva - Universidade Federal de Ouro Preto
Profa. Dra. Dayana Cristina Barboza Carneiro - Universidade Federal de Ouro Preto

[Frederico de Mello Brandão Tavares, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 05/12/2025.



Documento assinado eletronicamente por **Frederico de Mello Brandao Tavares, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 05/12/2025, às 09:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1027342** e o código CRC **304E186D**.

Às mulheres negras, que carregam em seus corpos histórias de luta, memória e esperança.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e aos meus pais, Marcilene e Flávio, que, além de serem minhas maiores inspirações, não medem esforços para ajudar a realizar meus sonhos. Ao meu irmão Arthur, meu melhor amigo e porto seguro neste mundo: sem vocês, nada disso seria possível. Agradeço profundamente ao meu professor orientador, Frederico Tavares, que, em meio a dúvidas e momentos de desespero, sempre esteve ao meu lado, incentivando-me a continuar. Minha gratidão se estende à Universidade Federal de Ouro Preto e a todos os professores do Departamento de Jornalismo, que me proporcionaram acesso a um ensino público de qualidade e abriram portas para meu desenvolvimento acadêmico. Sou igualmente grata aos meus amigos de Santa Bárbara, Ouro Preto e do Porto; e às amizades verdadeiras construídas ao longo da graduação. Por fim, mas não menos importante, à minha república, Rebenta, meu lar dentro do caos, refúgio e escola de vida.

*“Meu som, por você criticado
Sempre censurado pela burguesia
Tomou a cidade de assalto
E hoje, no asfalto
A moda é ser cria
Quer imitar meu riscado
Descolorir o cabelo
Bater cabeça no meu terreiro”*

G.R.E.S Estação Primeira de Mangueira, 2025

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso analisa como a influenciadora Andreza Ramos utiliza a moda como ferramenta de ativismo social no *Instagram*, a partir da intersecção entre raça, gênero e mídia digital. O estudo parte da compreensão do racismo estrutural no Brasil e da invisibilidade histórica da mulher negra, problematizando a branquitude enquanto estrutura de privilégios. Nesse contexto, a moda é abordada não apenas como fenômeno estético ou mercadológico, mas como linguagem social, cultural e política, capaz de expressar identidades, promover pertencimento e resistir a padrões eurocêtricos. A pesquisa discute a moda como um campo de disputa simbólica em que o corpo negro, especialmente o feminino, é constantemente marginalizado. A partir da perspectiva de autoras como Djamilia Ribeiro, bell hooks e Patricia Hill Collins, evidencia-se que a moda negra, ao resgatar referências culturais e ancestrais, atua como instrumento de autoafirmação e reapropriação do corpo. Nesse processo, a branquitude é tensionada como lugar de poder e invisibilidade, revelando seus mecanismos de exclusão e apropriação cultural. O trabalho também se ancora no conceito de ativismos digitais, compreendendo as redes sociais como espaços de visibilidade, resistência e produção de sentidos. A rede social *Instagram*, marcada por sua ambiência digital interativa, possibilita a criação de narrativas identitárias e coletivas que ressignificam representações hegemônicas. Nesse ambiente, Andreza Ramos constrói uma presença digital que vai além da estética, mobilizando discursos críticos e decoloniais sobre moda e sociedade. A análise qualitativa concentra-se em uma postagem específica da influenciadora, “Como as microtendências têm sido a principal ferramenta do pacto da branquitude na moda” (09/01/2025); que, ao problematizar a apropriação branca de símbolos culturais, mobiliza ampla interação do público. Foram observados os elementos discursivos, visuais e interacionais da publicação, revelando como Andreza ocupa um lugar de fala que legitima sua narrativa, articula contranarrativas à hegemonia estética branca e transforma sua performance digital em espaço de representatividade e conscientização. Conclui-se que a moda, em sua dimensão estético-política, pode ser mobilizada como linguagem ativista, contribuindo para o empoderamento da mulher negra e para a ampliação de debates sobre racismo, identidade e pertencimento. O estudo demonstra que, no ambiente digital, a moda não é apenas consumo, mas também um território de disputa simbólica, memória e transformação social.

Palavras-chave: Moda; Ambiência Digital; Influenciadores Digitais; Mulher Negra; *Instagram*.

ABSTRACT

This undergraduate thesis analyzes how the influencer Andreza Ramos uses fashion as a tool for social activism on *Instagram*, from the intersection of race, gender, and digital media. The study begins with an understanding of structural racism in Brazil and the historical invisibility of Black women, problematizing whiteness as a structure of privilege. In this context, fashion is approached not only as an aesthetic or market phenomenon but as a social, cultural, and political language, capable of expressing identities, promoting belonging, and resisting Eurocentric standards. The research discusses fashion as a field of symbolic dispute in which the Black body, especially the female body, is constantly marginalized. From the perspective of authors such as Djamila Ribeiro, bell hooks, and Patricia Hill Collins, it is evident that Black fashion, by reclaiming cultural and ancestral references, acts as an instrument of self-affirmation and reappropriation of the body. In this process, whiteness is challenged as a place of power and invisibility, revealing its mechanisms of exclusion and cultural appropriation. The work is also anchored in the concept of digital activism, understanding social networks as spaces of visibility, resistance, and production of meaning. *Instagram*, marked by its interactive digital environment, enables the creation of identity-based and collective narratives that resignify hegemonic representations. In this environment, Andreza Ramos builds a digital presence that goes beyond aesthetics, mobilizing critical and decolonial discourses on fashion and society. The qualitative analysis focuses on a specific post by the influencer, "How microtrends have been the main tool of the whiteness pact in fashion" (01/09/2025), which, by problematizing the white appropriation of cultural symbols, mobilizes broad public interaction. The discursive, visual, and interactional elements of the publication were observed, revealing how Andreza occupies a place of speech that legitimizes her narrative, articulates counter-narratives to the white aesthetic hegemony, and transforms her digital performance into a space of representation and awareness. It is concluded that fashion, in its aesthetic-political dimension, can be mobilized as an activist language, contributing to the empowerment of Black women and the expansion of debates on racism, identity, and belonging. The study demonstrates that, in the digital environment, fashion is not just consumption, but also a territory of symbolic dispute, memory, and social transformation.

Keywords: Fashion; Digital Environment; Digital Influencers; Black Women; *Instagram*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 03: Análise sobre o tênis Jordan - Postagem de 10 de novembro de 2020.	15
Figura 04: Crítica sobre a branquitude - Postagem de 9 de janeiro de 2025.	17
Figura 05: Capa da postagem.	42
Figura 06: Card 02 – Estética Old Money (Segunda imagem do carrossel).	43
Figura 07 - Card 3	44
Figura 08 - Card 4	45
Figura 09: Referência ao livro de O Pacto da Branquitude, de Cida Bento (2022).	46
Figura 10: Card 6	47
Figura 11: Card 7	47
Figura 12: Card 8	48
Figura 13: Card 9	49
Figura 14: Card 10	49
Figura 15: Comentário de apoio	50
Figura 16: Comentário de apoio	50
Figura 17: Comentário de apoio	50
Figura 18: Comentário de apoio	51
Figura 19: Comentário de apoio	51
Figura 20: Comentário de apoio	51
Figura 21: Comentário de admiração	52
Figura 22: Comentário de admiração	52
Figura 23: Comentário de admiração	52
Figura 24: Comentário de admiração	52
Figura 25: Comentário de admiração	52
Figura 26: Comentário com análise social	53
Figura 27: Comentário com análise social	53
Figura 28: Comentário com análise social	53
Figura 29: Comentário com análise social	53
Figura 30: Comentário com análise social	54
Figura 31: Comentário com análise social	54
Figura 32: Comentário com análise social	54
Figura 33: Comentário com análise social	54

Figura 34: continuação do comentário anterior.....	55
Figura 35: Comentário com análise social	55
Figura 36: Comentário de questionamento	56
Figura 37: Comentário que resultou em diálogo	57
Figura 38: Comentário que resultou em diálogo	57
Figura 39: Comentário que resultou em diálogo	58
Figura 40: Comentário que resultou em diálogo	58
Figura 41: Comentário de discordância.....	60
Figura 42: Comentário de discordância.....	60

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 01 – A Mulher negra no Brasil contemporâneo.....	20
1.1. Racismo estrutural no Brasil: raízes históricas e repercussões na atualidade	20
1.2. A invisibilidade da mulher negra e a busca por representatividade	24
CAPÍTULO 02 – Moda e representação: contexto, identidade e resistência.....	29
2.1. Breve histórico da moda ocidental como ferramenta social.....	29
2.2. Moda, corpo e identidade racial na construção de resistência e pertencimento	32
CAPÍTULO 03 – Plataformas online como espaços de participação e ativismo digital	34
3.1. Redes sociais como espaços de visibilidade e resistência	35
CAPÍTULO 04 – Construção de sentidos no <i>Instagram</i>: análise de uma postagem de Andreza Ramos.....	39
4.1. Lugar de fala: conceito e implicações na estética negra.....	40
4.2. Estratégias discursivas e visuais na construção da narrativa.....	41
4.3. Interação com o público: engajamento e repercussões.....	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63

INTRODUÇÃO

A moda, na sociedade contemporânea, constitui uma das formas mais potentes de expressão de identidade. Muito além das roupas, ela atua como linguagem que comunica pertencimentos sociais, culturais, raciais e de gênero. Segundo Lima, Figueiredo e Noronha (2023):

[...] a moda é um sistema que envolve diversos atores e fatores, tais como os designers, fabricantes, varejistas, consumidores, mídia, cultura, economia, meio ambiente, entre outros. Cada um desses elementos está interligado e influencia o todo, criando um sistema complexo que impacta a sociedade (Lima; Figueiredo; Noronha, 2023, p. 47).

Ou seja, a moda deve ser entendida como um sistema multifacetado composto por diversos elementos que se relacionam e produzem efeitos na cultura e no cotidiano.

No ambiente digital, especialmente nas redes sociais, influenciadores têm utilizado a moda como forma de promover representações, levantar debates e afirmar posicionamentos sociais. Entre esses nomes, está Andreza Ramos, publicitária e especialista em “comunicação de moda, coloração pessoal e consultoria de estilo”. Na plataforma *Instagram*, ela se destaca e busca direcionar seus trabalhos para mulheres negras. Com uma abordagem de viés característico, suas publicações tendem a uma narrativa decolonial e crítica, além de indicar um estilo criativo e autêntico. Como criadora de conteúdo, Andreza compartilha em seu perfil (@aandrezamos), com seus seguidores, seus looks do dia, estudos pessoais, *insights* sobre moda, história e cultura. Sua abordagem é realizada para além do estético, trazendo reflexões sobre imagem, identidade e pertencimento dentro de uma abordagem crítica, politizada e acessível.

Suas publicações profissionais iniciaram-se no ano de 2020, em setembro. No princípio, seu foco era em análise de coloração pessoal. A primeira postagem (**Figura 01**), no dia 23 de setembro, foi um vídeo em cuja legenda Andreza afirma: “Eu atendo mulheres que se parecem comigo (em todos os aspectos possíveis). Isso faz toda diferença pra elas, mas principalmente pra mim”. A segunda postagem, em 28 de outubro (**Figura 02**), já anunciava seu trabalho com a análise cromática, as *hashtags* utilizadas que mais chamam atenção nesse post em questão: “#ModaParaPessoasReais #AnaliseCromática”.

Figura 01: Vídeo análise - Postagem 23 de setembro de 2020.



Fonte: Instagram @aandrezamos

Figura 02: Anúncio do trabalho com análise cromática - Postagem 28 de outubro de 2020.



Fonte:

Fonte: Instagram @aandrezamos

Em 10 de novembro de 2020, Andreza começou a trazer assuntos sobre a história da moda e algumas curiosidades em seus conteúdos. O primeiro deles foi falando sobre o tênis Jordan (**Figura 03**), que se refere a Jordan Brand, uma linha de calçados, roupas e acessórios

de basquete e moda casual, inspirada e assinada pelo jogador de basquete Michael Jordan. Nesse post, ela explica que pessoas pretas, antigamente, não podiam usar sapatos. No século XIX, seu uso era exclusivo àqueles que obtinham condições financeiras. “Os pés descalços marcaram a condição de pessoa escravizada”, afirma a influenciadora na legenda. Com o passar dos anos, as dicas da influenciadora no perfil do *Instagram* começaram a percorrer vários caminhos: análise de vestimentas de personagens de séries, dicas de looks, história da arte, de objetos emblemáticos da moda mundial e muitos outros.

Figura 01: Análise sobre o tênis Jordan - Postagem de 10 de novembro de 2020.



Fonte: *Instagram* @aandrezaamos

Nesse contexto, as publicações sobre a moda deixam de estar apenas em um código de pertencimento ou consumo, e passam a ser compreendidas como ferramenta de ativismo. Em seus conteúdos, Andreza se apropria da moda como meio de expressão. Sua produção nas redes sociais caminhou não apenas para uma performance sobre a estética negra, como também rumo à afirmação de seu valor simbólico, histórico e afetivo. Assim, o conteúdo de Andreza pretende revelar como a moda pode operar como linguagem política e cultural no cenário digital, promovendo empoderamento e conscientização. Além de ocupar, via influenciadora, um lugar de fala e social após tanto silenciamento e desafios.

Partindo dessa perspectiva, é fundamental compreender o conceito de lugar de fala. Djamila Ribeiro (2018), em seu livro “Lugar de fala”, traz a ideia de que todos nós partimos de um lugar social específico, marcado por raça, gênero, sexualidade e outros fatores. Tais

limitações, ou facilitações, evidenciam como o pertencimento a determinados grupos sociais influencia o acesso a espaços de poder e representação. Ou seja, a expressão não se baseia no silenciamento de uns e outros não, mas na fala de todos a partir de um lugar específico. O conceito, no viés da autora, nada mais é do que uma maneira de descentralizar o discurso dominante, deslocando seu foco para quem, historicamente, sempre esteve em posição inferior e marginalizada.

Segundo dados de 2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por 388 anos o Brasil escravizou “oficialmente” pessoas negras e foi o país que mais importou africanos no continente americano. O racismo estrutural, herança escravagista desse período, continua enraizado em nossa sociedade. De acordo com Djamila, “há uma hegemonia branca criada pelo racismo que confere privilégios sociais a um grupo em detrimento de outro” (Ribeiro, 2018, p. 40). Com isso, ao reconhecer a centralidade do lugar de fala como resistência, compreende-se a importância de ouvir, valorizar e estudar essas vozes.

Tendo isso em vista, a presente pesquisa quer observar de que maneira a influenciadora Andreza Ramos utiliza a moda como ferramenta de ativismo nas redes e como esse fenômeno se situa no contexto digital, considerando-se a crescente relevância dos ambientes digitais na construção de narrativas sociais. Em uma sociedade historicamente marcada pelos padrões estéticos eurocentrados e pela invisibilização dos corpos negros na moda e mídia, ao performar uma estética negra, letrada e afirmativa em suas postagens, Andreza ocupa simbolicamente, um espaço de resistência e protagonismo, servindo de referência para outras mulheres a partir do seu lugar social.

Do ponto de vista pessoal, esta pesquisa nasce de uma inquietação que carrego como comunicadora e mulher negra. Durante muito tempo, não compreendi plenamente o corpo que ocupo. Por muitas vezes, tentei me encaixar em lugares que não me cabiam, seja no formato do cabelo ou nas roupas que vestia. A infância passada em ambientes predominantemente brancos gerava sentimentos de inadequação: não conseguia entender os olhares direcionados a minha família, os choros diante da necessidade de alisar o cabelo, ou mesmo a cobrança constante por estar sempre “apresentável”.

Crescer me sentindo deslocada em meio a tantas pessoas diferentes de mim, sem referências afirmativas, tanto na mídia quanto ao meu redor, foi um processo silencioso e por vezes solitário. Diante disso, ter a oportunidade de dedicar esta pesquisa a estudar uma mulher negra, é também um gesto de afirmação. Para a Beatriz adolescente, que tantas vezes não se sentiu pertencente, essa pesquisa representa o reconhecimento de que, mesmo lentamente, há mudanças em curso. Analisar a performance de Andreza Ramos é, nesse sentido, também

fortalecer caminhos para que outras meninas negras se reconheçam e se orgulhem de sua própria existência.

Diante da amplitude temática do perfil da influenciadora e da extensa produção da influenciadora, o trabalho realiza um recorte que dialoga com meus interesses de pesquisa e que tem em conta a relevância e a visibilidade como eixos. Considerando que seu perfil conta com mais de 900 publicações, foi selecionada apenas uma delas para ser analisada. Essa decisão permite um aprofundamento maior em todas as camadas de estudo, tratando a postagem selecionada não como um item isolado, mas como um pequeno cosmo que reflete a ambiência digital de Andreza. A publicação escolhida é a primeira fixada em seu perfil, com o título: “Como as microtendências têm sido a principal ferramenta do pacto da branquitude na moda”. A escolha por uma postagem fixada reforça sua importância dentro do conjunto da criadora, indicando que o tema ocupa um lugar central em sua produção de conteúdo.

Publicada no dia 9 de janeiro de 2025 (**Figura 04**), atualmente, a publicação acumula 18 mil curtidas, 711 comentários e 4.566 compartilhamentos. No post, Andreza promove uma crítica sobre a branquitude, uma vez que os corpos brancos se apropriam de elementos culturais e se beneficiam historicamente das tendências, ao mesmo tempo que marginaliza suas origens.

Figura 02: Crítica sobre a branquitude - Postagem de 9 de janeiro de 2025.



Fonte: Instagram @aandrezamos

A escolha do objeto de análise também se construiu a partir de um percurso pessoal

dentro da pesquisa. Durante o desenvolvimento do TCC 1, primeiro semestre do Trabalho de Conclusão de Curso, o foco esteve voltado apenas para a questão racial. À medida que avancei no estudo, entendi que o pilar central da atuação da influenciadora estava ausente: a moda. Depois dessa constatação, percebi a necessidade de observar o conteúdo com um olhar mais apurado, e percebi ainda que, para além da intersecção entre moda e raça, seria essencial também tratar da branquitude; não apenas como contraponto, mas como objeto opressor. Analisar a branquitude significa, também, compreender as formas de manutenção de seus privilégios históricos, visibilizando mecanismos sutis e estruturais de exclusão que ainda regem os padrões estéticos e simbólicos vigentes.

Andreza, se posiciona como mulher negra consciente do lugar que ocupa. A partir dessa vivência, constrói um espaço onde o ativismo transcende a tematicidade e se torna performático. Ele é incorporado no corpo, no vestir e na comunicação digital. Dessa forma, sua presença digital transforma-se em espaço de representatividade, onde a moda opera como linguagem política capaz de reivindicar pertencimento e reconhecimento social.

Com isso, será adotada uma abordagem qualitativa que não se restringe a postagem em si, mas também às implicações e significados que ela mobiliza. Segundo Mário Cardano (2017), essa metodologia de pesquisa visa “A observação participante, a entrevista discursiva e os grupos focais. Apresenta os instrumentos desde a observação naturalística até o *shadowing* (a observação de uma interação social que se faz com um indivíduo, em que o pesquisador deve segui-lo como uma sombra)” (Cardano, 2017, p.11). Baseado nisso, serão analisados os elementos que compõem sua construção comunicacional e simbólica: número de compartilhamentos, conteúdo textual presente no carrossel¹, as imagens utilizadas e os comentários deixados na publicação. Esses aspectos serão observados de maneira interpretativa, unindo a análise do discurso ativista da influenciadora.

Posto isso, esta monografia está estruturada em quatro capítulos. No primeiro capítulo, aborda-se a invisibilidade da mulher negra na sociedade e sua constante busca por representatividade, considerando a necessidade de reafirmar seu espaço e de compreender suas origens e processos de marginalização. Além disso, o capítulo apresenta uma contextualização do racismo no Brasil e discute o conceito de branquitude como elemento

¹ A postagem em carrossel no Instagram consiste em uma série de imagens e/ou vídeos dispostos em sequência lógica e coerente, que podem formar listas, tutoriais, histórias ou propagandas. Trata-se de um gênero multimodal, no qual cada página do carrossel contribui para a construção do conteúdo, criando um fluxo temático voltado a um público específico. **Fonte:** Jancen Sérgio Lima de Oliveira. “Nunca faça isso no Instagram”: a construção retórica de posts de conteúdo em carrossel no Instagram. *Diálogo das Letras*, Pau dos Ferros, v. 11, p. 1-20, e02215, 2022.

estruturante das desigualdades raciais no país.

No segundo capítulo, a moda passa a ocupar o centro da análise, sendo abordada a partir de um breve histórico como ferramenta social e de sua relação com o corpo e a identidade racial. Discute-se, ainda, a importância da moda como um espaço de resistência à afirmação de pertencimento.

O terceiro capítulo encerra a parte de contextualização da monografia e tem como foco os ativismos digitais. Nele, discute-se a importância e funcionamento das redes sociais como espaços de visibilidade e resistência, destacando o papel dos influenciadores nas pautas sociais e na construção de uma ambiência digital.

O quarto capítulo tem foco na análise da postagem selecionada, considerando todo seu conteúdo e as múltiplas implicações. A reflexão se organiza em três eixos: o primeiro se discute o lugar de fala e suas repercussões na construção estética; o segundo examina as estratégias discursivas e visuais que estruturam a narrativa; e o terceiro aborda a interação com o público.

Por fim, as considerações finais irão retomar os principais pontos discutidos, havendo uma reflexão crítica sobre as análises da pesquisa.

CAPÍTULO 01 – A Mulher negra no Brasil contemporâneo

A construção social da identidade no Brasil está diretamente atravessada pela dinâmica racial que há séculos marginaliza os corpos negros, em especial o das mulheres. A mulher negra enfrenta um processo contínuo de invisibilização, uma vez que há a intersecção entre o racismo e o sexismo. Suas experiências, vozes e presenças são historicamente apagadas, resultando em uma luta constante para ter seu valor reconhecido em uma sociedade que prioriza o corpo branco masculino.

Em vista desse apagamento, a busca por representatividade surge como uma importante forma de resistência. Ao ocupar espaços e serem vistas em diversas áreas, as mulheres pretas desafiam narrativas dominantes e agem contra o movimento de invisibilização. A representatividade não se limita a presença física, mas também a validação de suas histórias, mostrando que elas podem e devem ser protagonistas de suas próprias vidas.

Este capítulo traz uma contextualização desta condição histórica de apagamento e apresenta a busca por representatividade como forma de resistência. Além disso, discute também o conceito de branquitude como lugar de privilégio. A branquitude não é somente uma característica racial, mas um lugar que sustenta e reproduz desigualdades. Trazer essa reflexão é, portanto, uma forma de romper com o silêncio e nomear estruturas. Como mulher preta de classe média que ocupa majoritariamente espaços brancos, percebo o quanto a ausência dessa discussão ainda é profunda.

1.1. Racismo estrutural no Brasil: raízes históricas e repercussões na atualidade

O racismo estrutural se manifesta de forma profunda e enraizada na sociedade brasileira. No livro “Racismo estrutural: Uma perspectiva histórico-crítica”, Dennis de Oliveira (2019), autor da obra, afirma que:

A concepção de racismo estrutural se encaixa na perspectiva da luta pela hegemonia da concepção materialista de racismo. Não se trata apenas de uma outra dimensão da percepção do racismo – o racismo estrutural distinto do institucional e do individual/comportamental. Mas de entender que o racismo estrutural é conceber o racismo como produto de uma estrutura sócio-histórica de produção e reprodução de riquezas. Portanto, é na base material das sociedades que se devem buscar os fundamentos do racismo estrutural (Oliveira, 2019, p. 67).

Para entender essa estrutura, é preciso voltar no período de colonização do país. A escravatura, que também é denominada escravidão, esclavagismo ou escravagismo, é

definida pelo dicionário online de português como “o ato de tornar alguém totalmente dependente de algo ou alguém”. Na história da humanidade, a escravidão não é algo recente. Há registros de povos escravizados já na antiguidade, como diz Jayme Pinsky (2015) em seu livro “A escravidão no Brasil”. Sua ocorrência é verificada na Grécia e em Roma. No entanto, Pinsky (2015) acrescenta que o apogeu desses locais com o escravismo fora superado com organizações econômicas e sociais distintas.

No Brasil, a escravidão foi introduzida pelos portugueses, não havendo registros de sua existência entre a população nativa antes da colonização. A partir do século XVI, o sistema escravagista tornou-se a base da economia colonial, estabelecendo uma hierarquia racial que persiste mesmo após a abolição formal da escravidão em 1888. Ao serem “libertados”, os ex-escravizados foram deixados à própria sorte, sem acesso a terras, moradias ou políticas públicas que garantissem sua integração à sociedade.

A Lei de Terras de 1850, implementada antes da abolição, representou um dos principais entraves para essa população. Isso porque a legislação determinava que a aquisição de terras públicas só poderia ocorrer por meio da compra, proibindo a ocupação e o acesso gratuito. Dessa forma, os ex-escravizados foram excluídos da possibilidade de possuir terras, o que dificultou sua autonomia econômica (Gadelha, 1989). Sem terras para cultivar e sem alternativas de subsistência, muitos foram forçados a trabalhar como assalariados em condições precárias, muitas vezes semelhantes à escravidão. Essas políticas aprofundaram a desigualdade social e econômica no país, perpetuando a marginalização da população negra e mantendo uma estrutura social excludente, que dificultou sua ascensão social.

Nesse sentido, a construção do racismo no Brasil é resultado de uma ideologia colonial. Para Edward Telles (2012, p. 17), em “O Significado da Raça na Sociedade Brasileira”, raça é definida como:

Raça é uma construção social, com pouca ou nenhuma base biológica. A raça existe apenas em razão das ideologias racistas. No Ocidente, que inclui o Brasil, as teorias científicas do século XIX estabeleceram que os seres humanos poderiam ser divididos em tipos raciais distintos, ordenados hierarquicamente segundo uma ideologia que estabelecia que tais características estavam correlacionadas com os traços intelectuais e comportamentais de uma pessoa. Embora atualmente essas teorias tenham sido desacreditadas pela maioria da comunidade científica, a crença na existência de raças está arraigada nas práticas sociais, atribuindo ao conceito de raça um grande poder de influência sobre a organização social.

Como apontado por Telles (2012), mesmo sem base biológica, a ideia de raça tem poder de “organização social”, legitimando desigualdades desde a colonização. No contexto brasileiro, os europeus escravizaram os negros e hierarquizaram a sociedade. Dessa forma,

foram estabelecidos privilégios aos brancos e, aos negros e indígenas o local de servidão. Por 388 anos, o pilar da economia brasileira foi mantido pela escravidão.

Nesse viés, após a abolição, intensificou-se no Brasil uma preocupação a respeito dos impactos da composição racial da população no desenvolvimento do país, uma vez que, o Brasil é resultado de diversas misturas étnicas: aos povos indígenas, habitantes originários do território, somaram-se os colonizadores portugueses, os escravizados africanos e, posteriormente, imigrantes de diferentes origens. Com isso, o país se constituiu como uma sociedade multiétnica. Foi neste contexto que surgiu a ideologia do branqueamento, impulsionada por teorias eugenistas, que buscou apagar a presença negra através da imigração de pessoas brancas. A vinda de imigrantes foi subsidiada pela elite e por elaboradores políticos, de forma que eles pudessem tomar os lugares de ex-escravizados e, juntamente a isso, diluir a população negra que aqui residia.

Essa lógica ganhou ainda mais força com a popularização do mito da democracia racial, explicada no livro “Casa Grande e Senzala” de Gilberto Freyre. Publicado em 1933, a obra transformou o conceito de miscigenação no Brasil. A partir dele, o termo deixou de ter uma conotação pejorativa e se tornou um dos símbolos da cultura brasileira. Com sua obra, Freyre (1933) apresentou ao mundo uma nova ideologia nacional. O termo não foi inventado por ele, mas foi o escritor que o popularizou. Essa ideia reforçava a noção de que o Brasil era um país único devido à sua fusão de culturas. Com isso, difundia-se a crença de que o país estaria isento do racismo que marcava outras partes do mundo.

O sistema escravagista e as relações raciais tinham sido mais benignos no Brasil do que nos Estados Unidos já era aceita, entretanto, Freyre transformou tal contraste num aspecto central do nacionalismo brasileiro, conferindo-lhe um status científico, literário e cultural que duraria pelo menos até a década de 1980 (Telles, 2012, p. 27).

No entanto, como demonstrado pelo sociólogo Florestan Fernandes (*apud* Telles, 2012), escolhido justamente para investigar a suposta “harmonia racial” no Brasil, conclui-se que o racismo existe de forma estruturada e amplamente difundida na sociedade. Sua análise desmonta a retórica da democracia racial e evidencia como esse discurso serve para encobrir desigualdades históricas que persistem até os dias atuais.

Em seu livro “Racismo estrutural”, Silvio Almeida (2019) afirma que racismo é “Uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento, e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios para indivíduos, a depender do grupo racial ao qual pertençam” (Almeida, 2019, p. 22). No Brasil, essa lógica teve reinício no período colonial. A imposição da condição de servidão às

pessoas negras gerou uma hierarquia racial que, mais tarde, foi fundamentada pela ideologia do racismo científico, que ganhou força no século XIX e defendia a superioridade branca e a inferioridade das raças não europeias. Como observa Dennis de Oliveira (2019), essa lógica de exclusão não se restringe ao passado, mas atravessa o presente:

Dia de semana em uma cidade como São Paulo, por volta do meio dia. Uma cena que se “naturalizou” é meninas e meninos de dez anos ou até menos vendendo doces ou limpando vidros de automóveis nos cruzamentos das ruas. A cor dessas crianças é negra. E se andarmos para determinados lugares, particularmente onde existem escolas particulares, vemos crianças brancas saindo alegremente das aulas e entrando em carros particulares dos seus pais, indo para casa descansar (Oliveira, 2019, p. 61).

Na atualidade, os impactos do racismo estrutural são vistos em diversas esferas sociais. O acesso à educação de qualidade é um deles. Segundo a Agência Brasil (2024), a média de anos de estudo entre pessoas brancas no Brasil é de 10,8 anos, enquanto para pessoas negras é de 9,2 anos: “Os negros brasileiros têm menos anos de estudo, maiores taxas de analfabetismo e menor acesso ao ensino superior” (Agência Brasil, 2024). Esses dados são de uma publicação especial sobre educação da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua. Essa disparidade reflete o abismo social e as barreiras enfrentadas por alunos negros desde a infância. Falta de infraestrutura em escolas públicas, falta de acesso a cursinhos preparatórios para graduação e também a necessidade de ingressar cedo no mercado de trabalho para auxiliar no sustento da família.

A desigualdade também se expressa no mercado de trabalho. De acordo com o Censo Demográfico do IBGE de 2022, a população negra representa 55,7% de toda a comunidade brasileira. Ainda assim, ocupa majoritariamente postos de trabalho com menor remuneração e menor estabilidade. O racismo estrutural também está nas questões de saúde: a ausência de políticas públicas eficazes para a população negra reflete-se em taxas mais altas de mortalidade materna, menor expectativa de vida e acesso limitado a serviços médicos adequados. Conforme indica a Agência Gov (2023), agência de notícias oficial do governo federal do Brasil “nos anos de 2020 e 2021, durante a pandemia de Covid-19, a diferença também foi significativa: em 2021, a Razão de Mortalidade Materna (RMM) ficou em 194,8 no caso das mulheres negras (127,6 em 2020); 121 para brancas (64,8 em 2020) e 100 para pardas (68,8 em 2020)”. A RMM é um indicador de saúde pública que mede o risco de morte de mulheres em idade reprodutiva em decorrência de causas relacionadas a gestação, parto ou puerpério. Esses dados alarmantes evidenciam tanto a negligência médica quanto a desigualdade no atendimento.

Outro fator que demarca a força do racismo estrutural no Brasil é a violência policial e o encarceramento em massa. Conforme dados divulgados pela Agência Brasil (2024), “dos mais de 850 mil presos no país, cerca de 70% são negros, um universo de 470 mil pessoas. Os números escancaram o racismo estrutural no sistema carcerário brasileiro. Os dados são de 2023 e estão no Anuário Brasileiro de Segurança Pública”. Esse dado não é um acaso, mas um reflexo da criminalização da população negra e da herança de um sistema punitivo que, desde o período escravocrata, reforça a ideia de que corpos negros são perigosos e devem ser controlados pelo Estado.

As ações dos movimentos negros são essenciais para a garantia da participação política, econômica e educacional da população negra. A Frente Negra Brasileira, criada em 1931, foi uma importante organização ativista. Em reportagem escrita por Leandro Machado para a BBC News Brasil (2020), o historiador Petrônio Domingues, professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS), explica:

A Frente Negra Brasileira foi a primeira organização no país a falar que o então chamado 'preconceito de cor' era um problema nacional e estrutural. Hoje isso é consenso, mas nos anos 1930 não era. Até intelectuais importantes, como Gilberto Freyre, diziam que havia sim racismo, mas ele era excepcional e isolado a alguns casos (BBC News Brasil, 2025).

A partir desse breve apanhado, reflete-se sobre como, no Brasil, o racismo é resultado de um processo histórico profundamente enraizado nas estruturas sociais, econômicas e políticas do país. Desde a escravidão até os dias atuais a ideologia racial tem sido utilizada para justificar desigualdades e manter privilégios. O racismo serve para reafirmar que não são atitudes apenas individuais, mas sim de um sistema que perpetua a exclusão de corpos negros em diversas esferas há dezenas de anos.

1.2. A invisibilidade da mulher negra e a busca por representatividade

Mulheres negras historicamente são tratadas com desumanidade, e nossos corpos, como meras mercadorias. Quantas apresentadoras negras há na TV? Quantas atrizes? Quantas jornalistas? Não precisa ser um grande estudioso das questões raciais no Brasil para perceber o quanto as mulheres negras são invisíveis aos olhos da mídia (Ribeiro, 2018, p. 25).

Essa é uma afirmação de Djamila Ribeiro em sua obra “Quem tem medo do feminismo negro?”. Lançado em 2018, o livro da filósofa traz um ensaio autobiográfico, rememorando momentos vividos por ela. A invisibilidade da mulher negra na sociedade é o reflexo histórico do racismo e do sexismo estrutural é destacada por Benilda de Brito (2006),

que afirma:

Nós, as mulheres negras brasileiras, somos 25% da população. A maioria de nós é analfabeta ou semianalfabeta. Nossa remuneração está em geral na faixa de um salário mínimo. Muitas de nós chefiam família em maior número que as brancas. Tal perfil demonstra que a maioria das mulheres negras vive em condição de pobreza (De Brito, 2006, p.1).

Desde o período colonial, a mulher negra foi relegada a posições subalternas na sociedade, sendo submetida à escravização e, após a abolição, direcionada a trabalhos precarizados e desprovidos de direitos. Além disso, sua imagem foi historicamente erotizada, reforçando estereótipos que contribuíram para sua marginalização e invisibilidade social. Esse processo é analisado por Gonzalez (1984), em “Racismo e sexismo na cultura brasileira”, quando discute a construção da mulher negra no Brasil. Ela entende que são três estereótipos que a circundam:

mulata, doméstica e mãe-preta. O da mulata se materializa no carnaval, onde a rainha de bateria é a mulher preta, nesse momento, o mito da democracia racial impera e a mulher vira objeto de desejo do homem branco. A doméstica é apenas o outro lado da mulata. [...] mulata e doméstica são atribuições de um mesmo sujeito. A nomeação vai depender da situação em que somos vistas (Gonzalez, 1984, p. 228).

No fim das contas, todas elas se encontram no lugar de servidão, sendo ele braçal ou sexual. A mãe-preta é associada à resistência e sua servidão ao afeto, mas, obviamente sem excluir o caráter de dominação racial.

Para compreender as múltiplas opressões que afetam a mulher negra é preciso entender a relação entre racismo, machismo e interseccionalidade, conceito que foi definido por Kimberlé Crenshaw (2002, p. 07):

A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata da forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento.

Ou seja, mulheres em geral sofrem com o machismo, mas mulheres negras sofrem com o machismo e com o racismo. Essa sobreposição de discriminações resulta em diversos desafios específicos, como a marginalização no mercado de trabalho, a objetificação de seus corpos e a invisibilização em espaços de poder. Dessa forma, não é possível analisar as

desigualdades de gênero sem considerar os marcadores raciais que atravessam essas vivências. A sua exclusão está em diversos lugares, como os espaços políticos, o meio acadêmico e a mídia, e isso está diretamente relacionado ao racismo estrutural e ao sexismo, que historicamente negaram a elas oportunidades de participação ativa na sociedade.

Apesar de representarem uma parcela significativa da população, mulheres negras ainda são minoria entre candidaturas eleitas, enfrentando barreiras como a falta de financiamento e o racismo institucional. No meio acadêmico, essa invisibilidade se manifesta na baixa presença em cargos de prestígio dentro das universidades, além da dificuldade de acessar e permanecer em programas ofertados. A implementação da Lei de Cotas² facilitou um pouco esse acesso e modificou esse cenário, mas ainda assim, há muitos desafios a serem superados. Na mídia, a estrutura televisiva criou uma narrativa que exclui e desumaniza mulheres negras, os papéis em novelas, minisséries e filmes, direcionam essas mulheres a posições secundárias e hipersexualizadas.

Essa exclusão não é acidental, mas resultado de uma estrutura social que historicamente centralizou pessoas brancas como padrão universal. É nesse contexto que se insere a lógica da branquitude, que, para Lia Schucman (2012), é entendida como:

Uma posição em que sujeitos que ocupam esta posição foram sistematicamente privilegiados no que diz respeito ao acesso a recursos materiais e simbólicos, gerados inicialmente pelo colonialismo e pelo imperialismo, e que se mantêm e são preservados na contemporaneidade (Schucman, 2012, p. 23).

Entretanto, esse entendimento varia de sociedade para sociedade. Ser branco não depende apenas das questões genéticas, mas, como dito por Schucman, de sua posição ocupada. A população brasileira, geneticamente, é miscigenada. No Brasil, a cor da pele está diretamente relacionada à raça, o que nos faz entender que o racismo contra a população negra brasileira é baseado no fenótipo. Essa construção social de hierarquias raciais e culturais se reforça ao longo da história, como observado por Fischmann (2020):

O passado da escravidão no Brasil, combinado com o passado do autoritarismo, deixou heranças indesejáveis, marcando mentes e valores, separando pessoas em diferentes grupos arbitrariamente definidos e hierarquizados, de acordo com critérios do que é considerado o valor

² A chamada Lei de Cotas é a Lei nº 12.711/2012, sancionada em 29 de agosto de 2012, que instituiu a reserva de vagas em instituições federais de ensino superior e técnico para estudantes oriundos de escolas públicas, considerando critérios de renda, raça/cor e deficiência. **Fonte:** Lei nº 14.723, de 13 de novembro de 2023. Altera a Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012, para dispor sobre o programa especial para o acesso às instituições federais de educação superior e técnico de nível médio por estudantes pretos, pardos, indígenas, quilombolas, pessoas com deficiência e egressos da escola pública. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/L14723.htm. Acesso em: 25 ago. 2025.

culturalmente dado a cada um, com base em estereótipos etno-raciais, idioma falado ou sotaque regional, origem social ou regional, posses econômicas, aparência conforme determinado padrão de beleza arbitrário, abrindo a possibilidade de ser cometida qualquer arbitrariedade a discriminar e menosprezar qualquer pessoa (Fischmann, 2020, p. 335).

Dessa forma, é de extrema importância o estudo da branquitude, uma vez que a raça nunca foi um problema para o branco. Seu corpo sempre foi entendido como o padrão universal. Essa abordagem desloca o olhar do racismo como problema exclusivo de pessoas não brancas, voltando-o para a estrutura que mantém esses privilégios.

Compreende-se que essas hierarquizações sociais e raciais descritas não se limitam apenas às esferas políticas, mas atravessam também os campos simbólicos e culturais, como na moda. Nesse sentido, os padrões historicamente legitimados reforçam a lógica da branquitude. A moda não veste apenas corpos, mas também estabelece os “melhores” esteticamente e determina quais serão mais valorizados.

Como mulher negra, me sinto menosprezada pela branquitude e adestrada pela cultura midiática a associar o autocuidado a um conjunto de técnicas de embranquecimento interno e externo. Traduzidos às vezes em quase mutilação, alguns procedimentos, como o alisamento químico, já me provocaram queimaduras e outros resultados terríveis, destoando do que é mostrado nas propagandas (Barreto, 2024).

Essa contestação revela como, desde sempre, seguimos padrões eurocêntricos, limitando as possibilidades de afirmações identitárias. Entretanto, nas últimas décadas, com o crescimento das redes sociais como espaços públicos digitais, emergiu um novo cenário: plataformas que possibilitam a narrativa de resistência e protagonismo, permitindo que influenciadoras negras ganhem maior visibilidade e criem conteúdos que desafiam essas representações estereotipadas. Paralelamente a isso, essa exposição traz novos riscos, tornando-as mais suscetíveis à dinâmicas de linchamento virtual. Em um âmbito estrutural, a chamada “cultura do cancelamento” pode ser compreendida como parte da continuidade da violência colonial (Souza, 2021).

De toda forma, entende-se que a representatividade exerce um papel fundamental na construção da identidade e no senso de pertencimento de grupos historicamente marginalizados. Conrado Dess (2022) entende o conceito de representatividade como:

Podemos entender o conceito de representatividade, no contexto brasileiro, como a qualidade que, ao mesmo tempo, gera e é gerada por um organismo representativo quando este adquire a capacidade de representar esteticamente, politicamente e socialmente determinada coletividade, sendo essa coletividade, na maioria das vezes, um grupo social minoritário. De outro modo, chamamos de representatividade a operação que torna um representante, por exemplo, um

ator negro, capaz de representar a população negra, ou parte dela, em um espetáculo. Nesse caso, observa-se que essa operação tem fundo sincronicamente estético e político. Primeiramente, identifica-se nesse ator as características comuns dessa coletividade e, depois, enxerga-se nele a legitimidade para falar por esse grupo (Dess, 2022, p. 8).

Para a população negra, especialmente as mulheres, a ausência de representações positivas na mídia, ou em qualquer outro lugar, contribui para a manutenção dos estereótipos e de padrões internos excludentes. Ter boas referências de vivências possibilita imaginar uma ascensão social, fortalece a autoestima e ainda amplia os horizontes, desafiando estruturas que historicamente restringiram suas oportunidades. A presença de figuras negras em diferentes áreas promove não só uma mudança simbólica, mas também gera impactos na forma como essas pessoas se veem e são vistas na sociedade.

É nesse contexto que a postagem analisada nesta pesquisa entra em questão. Com o título “Como as microtendências têm sido a principal ferramenta do Pacto da branquitude na moda”, a influenciadora Andreza evidencia e problematiza as manutenções dessa estrutura.

CAPÍTULO 02 – Moda e representação: contexto, identidade e resistência

Segundo o Dicionário Michaelis (2025),

moda é: 1. Maneira ou estilo de agir ou de se vestir. 2. Sistema de usos ou hábitos coletivos que caracterizam o vestuário, os calçados, os acessórios etc., num determinado momento. 3. Conjunto de tendências ditadas pelos profissionais do mundo da moda. [...] 5. Estilo próprio ou maneira típica de agir; maneira, moda (Dicionário Michaelis, 2025).

O vestuário existe desde que os seres humanos começaram a se a usar roupas para se protegerem do clima; uma expressão cultural que reflete, desde então, as mudanças sociais, econômicas e políticas. No decorrer da história mundial, o vestuário foi utilizado como marcador social, tornando-se um dos principais meios de comunicação não verbal. Na antiguidade, tecidos e ornamentos eram demarcadores de classe social e condição monetária.

A roupa, como extensão do corpo, é capaz de comunicar origens, crenças e posicionamentos políticos. Essa dimensão estética-política demonstra que a moda não apenas reflete as mudanças sociais, mas também atua como agente ativo de transformação, estabelecendo pontes entre memória, corpo e pertencimento. Ao longo do capítulo, a moda é apresentada como um instrumento social que, historicamente, consolidou hierarquias e distinções de classes, ao mesmo tempo em que também serviu de espaço de afirmação e expressão de identidades, revelando a relação entre corpo, cultura e pertencimento.

2.1. Breve histórico da moda ocidental como ferramenta social

A história da moda acompanha a evolução, tanto das roupas, quanto dos estilos e comportamentos. Agindo como um registro que conserva a memória da humanidade através dos séculos. Na Antiguidade, ela já atuava como um marcador social, as vestimentas estavam diretamente ligadas ao status e a posição hierárquica.

A moda foi uma resposta à necessidade de diferenciação entre nobreza, clero e plebe. A nobreza delimitava-se por elementos sociais que compunham a esfera de relações do rei, na qual o desejo de o indivíduo diferenciar-se dos demais do seu grupo equacionava a necessidade de igualar-se aos mesmos, diferenciando-se, por essa via, das outras classes (Michelon; Santos, 2011, p. 126).

Na Idade Média, entre os séculos V e XV, a moda se portava mais recatada, com forte influência da igreja, túnicas longas e sobre vestes eram usuais, o que diferenciava a nobreza do restante das pessoas era a qualidade dos tecidos. O Renascimento, nos séculos XV e XVI,

trouxe uma valorização do corpo humano e do luxo. As roupas se tornaram mais estruturadas e ornamentadas, iniciou o uso dos espartilhos, das saias volumosas, mangas bufantes e muitos bordados surgiram. De forma que a moda se tornou demonstração de poder e riqueza. Nos séculos XVII e XVIII, período do Barroco e do Rococó, Luís XV era o rei da França, país que era o centro cultural da Europa. Para quem quisesse manter o status, estar vestido de acordo com os padrões da corte era obrigatório. Durante a Revolução Francesa e Império, a moda aristocrática foi rejeitada e assim surgiu o estilo neoclássico, inspirado na Grécia e na Roma antiga: tecidos leves, vestidos retos e cintura alta. A moda se tornou mais fluida, refletindo as ideias de liberdade, igualdade e fraternidade.

O século XIX trouxe consigo a industrialização, que permitiu a produção em massa de roupas e o surgimento das primeiras lojas de departamento. As roupas estavam mais acessíveis, mas ainda havia uma demarcação de classe e gênero. O início do século XX trouxe mais funcionalidade para a vestimenta, peças mais leves e práticas para as mulheres. A Primeira Guerra Mundial também influenciou fortemente nesse momento.

A Primeira Guerra impulsionou os direitos das mulheres, não por uma luta pela igualdade de gêneros, mas pela necessidade demandada àqueles tempos. Isso refletiu-se na substituição das funções de trabalho deixadas pela significativa parcela de homens que partiram em decorrência do serviço militar. A mulher, que antes permanecia em casa e praticamente não tinha voz ou influência nas decisões sociais, adquiriu um avanço considerável em relação à sua independência (Nascimento; Ropelatto, 2016, p. 232).

Os anos 1920, pós Primeira Guerra Mundial, vieram com uma explosão de liberdade, a moda refletia o novo momento para as mulheres. Nas décadas de 1930 e 1940, o glamour de *Hollywood* influenciou a moda, com vestidos elegantes e fluidos. Durante a Segunda Guerra Mundial, foram adotadas medidas de controle no setor, incluindo o racionamento de materiais têxteis e a definição de cotas mínimas de compra por família, além de normas que regulavam a produção e o consumo das roupas (Nascimento; Ropelatto, 2016). Dessa forma, surgiram roupas mais funcionais, além do uso de calças pelas mulheres, impactadas pela necessidade de sua força de trabalho.

Os anos 1950 retornaram com o ideal tradicional de feminilidade. A alta-costura estava em seu auge, e as roupas características eram a saia rodada, cintura fina e busto marcado. Foi nesse momento que a moda começou a se espalhar pela mídia e pela publicidade. Monneyron (2007 *apud* Nascimento; Ropelatto, 2016) destaca a contradição presente nos anos 1960, quando, ao mesmo tempo em que a calça se popularizou no vestuário

feminino, a minissaia ganhou as ruas, evidenciando debates sobre identidade de gênero e o comportamento jovem que influenciava os padrões de consumo da época.

Os anos 1970 chegaram com a influência do movimento hippie: tecidos naturais, calças de boca de sino e os primeiros indícios de um estilo que transita entre o feminino e o masculino. Os movimentos sociais também começaram a discutir sobre raça, gênero e identidade. A década de 1980 foi marcada pelos exageros, cores e maquiagens fortes. Na década de 1990, peças mais neutras e simples, os anos 2000 assistiram ao surgimento das tendências rápidas, pela cultura da internet e das celebridades. E dos anos 2010 até a atualidade, a moda se tornou mais democrática e acessível. Os influenciadores digitais começaram a ditar tendências, fazendo com que as plataformas online se tornassem centrais nessas discussões. Ao mesmo tempo, movimentos por sustentabilidade, diversidade, inclusão e ética apareceram.

Embora tenha trazido um breve panorama da história da moda ocidental, é fácil perceber que a narrativa privilegia o lado eurocêntrico. A experiência estética e cultural das pessoas negras, passa longe dos principais artigos e documentos sobre. A moda negra, marcada por criatividade, resistência e afirmação, raramente aparece como foco central, na maioria das pesquisas ela é estudada como manifestação exótica ou periférica. Essa lacuna não só evidencia a invisibilidade dentro da moda, mas também a necessidade de resgatar e valorizar suas contribuições.

De maneira indireta e proposital, ao longo da história, pessoas pretas utilizavam de vestimentas comuns as da aristocracia branca, como rendas e saias volumosas, numa estratégia de sobrevivência e adaptação às hierarquias sociais, mas, mesmo estando dentro das “normas” estabelecidas, essas roupas obtinham elementos próprios e particulares, permitindo que, de certa forma, a expressão de sua cultura ali acontecesse (Barreto, 2016). Além dessas adaptações históricas, elementos de vestimenta carregam significados simbólicos, como apontam Maia e Dohmann (2019) “Usar turbantes é uma maneira de se conectar com os ancestrais, produzir significados e estimular o discurso antirracista” (Maia; Dohmann, 2019, apud Moreira; Costa; Rocha, 2024). Cada escolha se conecta com as experiências históricas e coletivas, permitindo que cada povo comunique suas vivências, enfrentem estereótipos e reivindique sua visibilidade. Assim, a moda se torna um canal de comunicação política e cultural, reforçando que essas práticas estão intrinsecamente ligadas aos processos de transformação e representação social.

Essa invisibilidade histórica se reflete desde o período da escravidão no Brasil, quando os negros escravizados não possuíam autonomia sobre suas roupas e utilizavam o que era

determinado pelos senhores, suas vestimentas refletiam a hierarquia social e o tipo de trabalho desempenhado (Presta; Casagrande, 2021). Foi só após abolição, que os descendentes puderam resgatar suas origens, tornando a moda um instrumento essencial nesse processo.

2.2. Moda, corpo e identidade racial na construção de resistência e pertencimento

A moda, enquanto fenômeno social e cultural, ultrapassa a utilidade do vestir e assume papel central na produção de sentidos. A escolha do vestuário, penteado ou maquiagem adquirem um caráter político, uma vez que podem tanto reafirmar o padrão eurocêntrico como também subvertê-lo. Linke, Bem e Sifuentes (2021, p. 1) afirmam que “o vestuário, seu maior representante, não é apenas um invólucro do corpo, representa muito mais, traz consigo uma carga simbólica complexa que caracteriza hábitos e preferências de uma sociedade ou indivíduo”. Isso revela a não neutralidade desse sistema, já que ele carrega símbolos e interesses econômicos que influenciam como as identidades raciais se manifestam e são recebidas na sociedade.

No contexto brasileiro, marcado por uma história de colonialismo e escravização, o corpo negro é historicamente alvo de controle social e apagamento estético. Nesse sentido, quando se arranja os cabelos com referências do continente africano e se utiliza das vestes características, o movimento realizado é de positivar a cultura.

A moda vem sendo utilizada como estratégia de resistência pelos movimentos negros em diversos países da diáspora africana. A forma de arranjar os cabelos, as referências às culturas africanas ancestrais, as cores e formas das roupas foram, e ainda são utilizadas para chamar a atenção quanto às desigualdades de raça e de gênero e positivar a cultura de matriz africana. O cabelo no estilo black power e o pente de madeira foram tão importantes para o movimento negro dos anos 1960 que acabaram sendo seus símbolos de identificação. Os dreadlocks, adotados pela religião rastafári, também foram ressignificados como símbolo de resistência da cultura negra. Hoje, com o incentivo da transição capilar, é possível ver uma maior quantidade de pessoas negras utilizando seus cabelos sem química e adornados com tranças e turbantes (Santos; Santos, 2018, p. 168).

Ao instituir padrões corporais eurocêtricos como ideia fundada de beleza, a branquitude estabeleceu não só as roupas que seriam legitimadas, mas também quais corpos seriam considerados dignos de visibilidade e aceitação. Nesse viés, o corpo preto, longe de ser neutro, se torna um espaço político.

A moda em sujeitos negros funciona como um mecanismo de reapropriação do corpo, o retirando do lugar de subalternidade e recolocando-o como símbolo de poder e orgulho

identitário. Assim, o corpo, enquanto suporte e protagonista da moda, desempenha um papel de extrema relevância na construção de resistência e pertencimento no contexto das relações raciais, não se limitando apenas a algo superficial, mas interferindo na forma que o corpo é visto e percebido.

A moda em sujeitos negros funciona como um mecanismo de reapropriação do corpo, o retirando do lugar de subalternidade e recolocando-o como símbolo de poder e orgulho identitário. Com o passar dos anos, ela se tornou um instrumento de resistência e de reafirmação de autoestima, permitindo que os descendentes de escravizados reconstruíssem sua identidade cultural e social, resgatando o orgulho de ser quem se é (Presta; Casagrande, 2021, p. 23). Assim, o corpo, enquanto suporte e protagonista da moda, desempenha um papel de extrema relevância na construção de resistência e pertencimento no contexto das relações raciais, não se limitando apenas a algo superficial, mas interferindo na forma que o corpo é visto e percebido.

Entretanto, no mundo real, essa valorização estética sofre com problemas estruturais quando inseridos na lógica hegemônica do sistema da moda. Marcas, editoriais e influenciadores frequentemente se apropriam de símbolos oriundos da população negra e esvaziam seus sentidos políticos, trazendo o protagonismo, mais uma vez, para corpos brancos. Para bell hooks (2019), esse processo é resultante do pensamento supremacista branco, que, resumidamente, é o fator principal da estrutura racista que impera nas relações sociais desde a colonização.

Esse pensamento afeta não apenas o modo como o branco se relaciona com o negro, mas também em como o sujeito negro que ainda não tomou consciência da própria negritude se vê num lugar de busca por aceitação e pertencimento nessa sociedade marcadamente racista. A autora se utiliza do exemplo de personalidades como Beyoncé ou Rupaul assumem uma estética branca a partir do uso de cabelos loiros e alisados para serem mais aceitas dentro do quadro social da branquitude, enfraquecendo as disputas e lutas políticas por resistência, autoafirmação e autoestima negra. Isto é, a busca pelo amor à negritude.

Assim, é inevitável refletir de forma mais aprofundada em como a moda, mesmo sendo espaço de potencial resistência, opera também como mecanismo de manutenção de privilégios raciais. A análise da postagem de Andreza “O pacto da branquitude na moda” aponta para formas de compreensão das dinâmicas de poder no campo estético e midiático; e como tais dinâmicas favorecem determinados corpos, ao mesmo tempo em que invisibilizam ou marginalizam outros.

CAPÍTULO 03 – Plataformas online como espaços de participação e ativismo digital

Com o impulso da comunicação sem fio e da popularização dos dispositivos móveis, houve um crescimento mundial das redes sociais digitais a partir dos anos 2000. Segundo Vieira e Dian (2023, p. 124), com base em dados da ITU, o número de usuários da internet ultrapassou 4,9 bilhões em 2021, representando mais da metade da população. Esse aumento expressivo de usuários contribuiu para a consolidação de uma ambiência digital marcada pela presença contínua na rede e favorece a formação de comunidades que compartilham experiências, problemas e ideias (Fialho; Sousa, 2019).

Esse aumento de usuários e intensificação das interações nas plataformas revelam contradições que são definidas pelo próprio ambiente digital, construído pelas plataformas e moldado pelas tecnologias que influenciam a experiência e as formas de engajamento dos indivíduos. Segundo Steffenello Ghisleni e Frainer Knoll (2020, p. 83)

A comunicação na ambiência digital se caracteriza pela interação e pela interatividade. A interação, analisada sob o ponto de vista de Thompson (2008), que enfoca os processos de comunicação das mídias, demonstra que o desenvolvimento dos meios de comunicação afetou, ao longo da história da civilização, todas as formas como a informação é produzida e recebida, podendo ser mediada ou não por canais tecnológicos. Já a interatividade, segundo McMillan (2002), é um conceito necessariamente ligado à tecnologia, pois consiste na característica das interações mediadas por dispositivos tecnológicos.

Dito isso, a ambiência não é um espaço passivo. Ela é um ecossistema ativo, mediado pela tecnologia, onde a interação e a interatividade criam as condições para que o debate se desenvolva.

Diferentemente do espaço físico, o ambiente virtual é moldado por interfaces e algoritmos, design visual e lógicas de funcionamento que estruturam as formas de comunicação online. As redes sociais são ecossistemas complexos que interligam usuários para criar experiências interativas. Segundo Vianna (2025, p. 15), “nesses espaços, os indivíduos podem conectar-se com outros usuários e visualizar suas redes de contato, bem como as conexões de terceiros”, o que frequentemente leva à formação de vínculos que não ocorreriam fora do ambiente digital.

Sua ambiência estimula comportamentos, promovendo a construção de identidades digitais e comunidades. O conjunto de elementos visuais e interativos que compõem o design de interface, aliado ao funcionamento do algoritmo e às funções de engajamento, como

curtidas, compartilhamentos e comentários, possibilita a navegação, a publicação de conteúdo e a interação entre usuários.

3.1. Redes sociais como espaços de visibilidade e resistência

Nos últimos anos, Santos (2014) aponta que as redes sociais deixaram de ser um ambiente de interação entre amigos e familiares para se tornarem um espaço central na vida social, cultural, política e econômica das pessoas. De acordo com o relatório “*Social Media and News Fact Sheet, 2024*” do *Pew Research Center* plataformas como *Instagram*, *TikTok* e *X* (antigo *Twitter*) se consolidaram como espaços centrais na circulação de informações e tendências. Esse avanço está diretamente ligado à velocidade e ao alcance com que a informação circula; notícias, debates e eventos chegam a milhões de pessoas em segundos, muitas das vezes sem antes serem veiculados nas mídias tradicionais.

Essas plataformas possuem características próprias que moldam como seu conteúdo é consumido e conseqüentemente produzido.

No Instagram, o usuário registra-se, gerando um perfil. Com este registro, é possível tirar fotos em formato 4:3, semelhante às registradas em máquinas da marca Polaroid e aquelas que utilizam o padrão Kodak Instamatic. Além da captura, o usuário poderá inserir filtros especiais, fazendo com que a imagem tenha, aparentemente, traços artísticos e diferenciados. O Instagram dispõe de filtros que suavizam a iluminação, clareiam a imagem, aumentam o contraste, alteram a saturação das cores, geram imagens em preto e branco, entre muitos outros efeitos (Oliveira, 2014, p. 5).

Em 2025, os formatos se alteraram, sendo: quadrado (1:1), paisagem (1.91:1) e retrato (4:5). Entretanto, percebe-se que essa plataforma é fortemente voltada para o apelo visual, priorizando imagens e vídeos curtos, com recursos como *story*³, *reels*⁴ e transmissões ao vivo⁵ que estimulam o consumo rápido. Já o *Tik Tok*⁶ consolidou seu formato com vídeos

³ Lançado em agosto de 2016, o Instagram Stories foi anunciado oficialmente em um post no blog da empresa. Ele permite a publicação de fotos, vídeos e textos de forma efêmera, com duração de 24 horas. **Fonte:** Blog do Instagram, "Introducing Instagram Stories" (agosto de 2016).

⁴ O reels, lançado em 2020, consiste em vídeos curtos, editáveis e acompanhados de músicas ou áudios, criados para gerar engajamento e estimular a viralização de conteúdo. **Fonte:** Blog do Instagram, "Introducing Instagram Reels" (agosto de 2020).

⁵ A funcionalidade de lives é uma ferramenta que permite a interação em tempo real, com recursos como comentários e a possibilidade de convidar outros usuários. **Fonte:** Central de Ajuda do Instagram, seção “Ao vivo”.

⁶ O TikTok é uma plataforma de vídeos curtos muito popular entre os jovens, criada em setembro de 2016, pela empresa chinesa ByteDance. Originalmente chamada de Douyin, tornou-se internacionalmente conhecida em 2017, e, desde então, apresenta um vertiginoso crescimento em suas estatísticas de acesso e engajamento, em diferentes países. Viktor Chagas. “TikTok e Polarização Política no Brasil”. ResearchGate, 2022. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Viktor->

totalmente editáveis e com um algoritmo de recomendação que privilegia a viralização. O *X* (antigo *Twitter*) por sua vez, mantém a lógica de blog, com publicações curtas que favorecem a atualização em tempo real.

Apesar das diferenças, todas as plataformas compartilham três elementos centrais. Interatividade: que permite diálogo direto entre produtores e consumidores de conteúdo – como observa Faé (2024, p. 34), “o avanço da rede mundial de computadores (*world wide web*) potencializa a ação das plataformas, que promovem integração entre vários algoritmos que coletam, organizam e comercializam dados dos usuários.”. Personalização: ajusta o que o usuário vê de acordo com seu comportamento e preferências. E por fim, a velocidade de difusão: que possibilita a disseminação rápida das informações e tendências. Essa combinação transformou as redes em espaços não apenas de consumo, mas também de produção ativa e construção de narrativas.

Esse ecossistema digital também se organiza em torno de métricas visíveis, como as curtidas, compartilhamentos, comentários e o número de seguidores. Elas funcionam como indicadores de relevância e influenciam na forma em que os influenciadores criam seus conteúdos e constroem sua persona online.

No que tange à construção de identidades, padrões estéticos e na disseminação de discursos sociais e políticos, o *Instagram*, tem grande relevância. A plataforma funciona como um espaço de visibilidade de legitimação, em que os indivíduos e coletividades não expõe somente opiniões, mas também reivindicam seu lugar de pertencimento.

As redes sociais em sua pluralidade conferem certa autonomia para os movimentos sociais e até mesmo indivíduos participarem de modo mais ativo na sociedade utilizando as mesmas como instrumentos. Os movimentos sociais utilizam as tecnologias como outras ferramentas – não únicas e determinantes – em suas lutas e reivindicações, ampliou-se os espaços de confronto e atuação (Castells, 2007 apud Graças, 2018, p. 46).

Dentro deste meio, os influenciadores exercem um papel central na mediação de discursos sobre consumo. Jenifer Daiane Grieger e Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco (2019) afirmam que os influenciadores digitais

são indivíduos que exercem impacto acima da média num segmento, seja ele grande, pequeno ou mesmo um nicho, capaz de utilizar de sua marca forte para formar um público fiel e engajado, monetizando por meio de seus conteúdos, tendo, assim, grande valor de troca para empresas de diversos segmentos” (Grieger; Botelho-Francisco, 2019, p. 40).

Nesse cenário, diferentes movimentos ativistas encontram no *Instagram* um local fértil para engajamento e formação de comunidades de apoio. Entre esses movimentos, destaca-se o *Black Lives Matter*, cuja relevância ultrapassou fronteiras e exemplifica como pautas políticas podem ganhar visibilidade mundial através das redes. Segundo *The Editors of Encyclopaedia Britannica* (2025), o movimento foi iniciado em 2013 após assassinato de Trayvon Martin e intensificado no ano de 2020 após o assassinato de George Floyd. Ele se dedica ao combate ao racismo e à violência policial contra pessoas negras. O movimento encontrou no *Instagram* uma forma de divulgar informações, denúncias e organizações de manifestações e protestos. As imagens e vídeos divulgados ultrapassaram fronteiras e intensificaram a ação do movimento. No Brasil, durante a movimentação, celebridades midiáticas como o ator falecido Paulo Gustavo, a atriz Ingrid Guimarães e a atriz e apresentadora Tatá Werneck cederam seus perfis no *Instagram* para que ativistas negros pudessem falar e atingir uma visibilidade maior acerca.

O movimento *#MeToo*, criado em 2006 pela ativista Tarana Burke nos Estados Unidos, e popularizado em 2017, impulsionou a denúncia contra assédio sexual por todo mundo (BBC News, 2024). No contexto nacional, o movimento articulado majoritariamente por mulheres contra a candidatura de Jair Bolsonaro em 2018, também mobilizou milhões de pessoas:

A manifestação *#EleNão* em repúdio ao candidato a presidente Jair Bolsonaro, que se espalhou por cidades brasileiras neste sábado, foi a maior manifestação de mulheres na história do Brasil. Foi também uma das maiores manifestações contra um candidato, independentemente das mulheres. As afirmações são de Célia Regina Jardim Pinto, autora do livro *Uma história do feminismo no Brasil* e professora do Departamento de História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) (BBC News Brasil, 2018).

A relevância do *Instagram* no cenário ativista contemporâneo reside não apenas na ampliação das possibilidades de acesso à informação e na produção e circulação de discursos sociais, mas também nas tensões que envolvem essas dinâmicas. Embora a plataforma transforme seu apelo visual em instrumento de mobilização e amplie e alcance determinadas causas, esse processo é atravessado pelos algoritmos, que regulam a visibilidade e também reconfiguram as formas de engajamento e participação. Nesse viés, o *Instagram* não representa uma democratização plena da comunicação, mas sim um espaço híbrido, no qual a visibilidade de causas sociais resulta a interação entre estratégias ativistas e lógicas de plataforma. Assim, a rede se configura como um ator social que atravessa fronteiras, físicas e simbólicas, conferindo legitimidade a pautas, ainda que de forma seletiva e condicionada.

Sob esse enfoque, é fundamental observar que a atuação dos algoritmos não se limita a distribuição dos conteúdos, mas se articula diretamente com as formas de engajamento do usuário. Os recursos de interação, como comentários e curtidas, não só reforçam a lógica da circulação, como também abrem espaço para a construção coletiva de sentidos e disputas simbólicas. Nesse sentido a noção de textualidade ajuda a compreender como essas práticas se organizam no *Instagram*. Como afirma Ramos e Martins (2020):

Mosaica e paulatinamente, textualidades são produzidas e publicadas nas redes sociais, formando um todo sempre crescente, conectado e contínuo, uma macro textualidade viva, que, em sua superfície, revela interfaces textuais interligadas em prol de um perfil, ou seja, do delineamento de um sujeito (Ramos; Martins, 2020, p. 123).

Assim, a interação do público por meio de comentários deixados nas redes se insere. Eles não se restringem a uma resposta mecânica ou automática do público, muito pelo contrário, o comentário abre espaço para um diálogo mais complexo, no qual os usuários podem articular posicionamentos, disputar sentidos e ampliar o alcance discursivo da publicação original. Outro aspecto relevante é a própria ferramenta de curta nos comentários, funciona como um marcador de visibilidade, já que, quando o comentário realizada por Bertucci e Nunes (2017):

A profícua relação entre linguagem e tecnologia – atemporal, mas tornada mais perceptível pelas atuais instâncias de interação mediada por computadores, sobretudo na massiva quantidade de interações proporcionadas pelas redes sociais – tem proporcionado mudanças significativas na sociedade (Bertucci; Nunes, 2017, p. 316).

A comunicação moderna na ambiência digital é uma combinação de diferentes modos de linguagem; texto, imagem e símbolos acumula muitas curtidas, ele é posicionado no topo da seção de comentários. Em uma observação. Gunther Kress, detalha essa ideia em seu livro “*Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*”. A presença dessa comunicação não verbal, que seria a dos emoticons, atua como um complemento para o verbal e reforça o sentido de alguma expressão: solidariedade, admiração, desagrado ou discordância de uma forma universal. Elas são um elemento-chave na gramática das redes, permitindo que a audiência expresse seu apoio sem necessidade de longas explicações. Dessa forma, a comunicação multimodal nas plataformas digitais não enriquece apenas a expressão individual, como também fortalecem a dinâmica social das redes.

CAPÍTULO 04 – Construção de sentidos no Instagram: análise de uma postagem de Andreza Ramos

A compreensão do *Instagram* enquanto textualidade, proposto por Ramos e Martins (2020), permite situar a postagem de Andreza dentro de um contexto mais amplo de construção identitária no espaço digital. Nesse sentido, a influenciadora não se apresenta em apenas uma postagem, mas como parte de um processo de enunciação contínuo.

A análise proposta nesta monografia, concentra-se numa postagem realizada pela influenciadora Andreza Ramos, no *Instagram*, publicada em 9 de janeiro de 2025, no formato de um carrossel de fotos. A escolha do carrossel não é aleatória, ela permite à influenciadora articular, de forma visual e textual, uma narrativa argumentativa que combina denúncia e análise crítica. Seu título é: “Como as microtendências têm sido a principal ferramenta do pacto da branquitude na moda”. A postagem evidencia como a moda contemporânea reproduz padrões de exclusão racial e social.

Metodologicamente esta pesquisa se desenvolve em três eixos principais: dimensão estética, referente aos elementos visuais que compõem a publicação; dimensão discursiva, que considera os elementos textuais presentes nos cards; e a dimensão interacional, na qual é observada os modos de interação do público com o conteúdo, buscando entender o que emerge dessa interação.

Ou seja, adota uma abordagem qualitativa, que, segundo Bardin (1977, p. 42) pode ser compreendida como um conjunto de técnicas aplicadas às comunicações, que, por meio de procedimentos sistemáticos, permite examinar mensagens a partir de seus elementos objetivos, de modo a identificar sentidos e contextos de produção e recepção.

Para tornar o percurso mais claro, a discussão foi organizada em três momentos complementares, que permitem observar a publicação de diferentes dimensões. No primeiro momento (4.1), examino o conceito de lugar de fala e sua relação com a postagem, entendendo que a posição de Ramos é decisiva para a produção de sentidos. Em seguida (4.2), analiso as estratégias discursivas e visuais utilizadas, observando como o texto e a imagem se articulam na elaboração da narrativa.

Por fim (4.3), analiso em detalhe a interação com o público, considerando tanto os mecanismos de engajamento quanto as repercussões geradas. Assim, a proposta deste capítulo compreende as diferentes camadas que se entrecruzam.

4.1. Lugar de fala: conceito e implicações na estética negra

Assumindo que partimos de lugares desigualmente posicionados, conforme Djamila Ribeiro (2017) afirma, todos temos nosso próprio lugar de fala. Ao reconhecer isso, Ribeiro evidencia que esses discursos não são neutros, mas atravessados por marcadores sociais. Nesse sentido, o trabalho de Andreza nas redes sociais não pode ser dissociado de sua posição como mulher negra, visto que é a partir dessa experiência concreta que ela se reafirma e mobiliza seus posicionamentos.

Patricia Hill Collins, em *Pensamento Feminista Negro* (1990), considera mulheres negras detentoras de um conhecimento forjado na prática do cotidiano. Isso porque, ocupando a posição social que lhes é conferida, na interseção de várias opressões como raça, gênero e classe, elas adquirem um conhecimento teórico baseado em sua própria experiência. Conhecimento esse que é muitas vezes invisibilizado e desvalorizado.

Neste mesmo livro, Collins (1990) introduz a metáfora “*Outsider within*”, que designa as mulheres pretas que, embora excluídas das esferas de poder, observam a sociedade sob uma perspectiva de privilégio. As domésticas, inseridas dentro das casas de famílias brancas, conseguem ter a visão tanto da realidade das classes privilegiadas, quanto a realidade da periferia. Essa dualidade, permite uma visão crítica dessa estrutura dominante que nos rege, o que possibilita o desenvolvimento de um conhecimento que não advém da teoria, mas sim da prática, ou seja, um aprendizado que nasce das estratégias de sobrevivência. É nessa posição limítrofe, que as mulheres produzem saberes capazes de promover transformações sociais em suas comunidades.

Em suma, Collins (1990) nos convida a dar mais valor para o conhecimento emergido das margens. A teoria não precisa ser abstrata, e nem é, ela está viva nas vozes e nas ações das mulheres negras que nos antecederam, ao viverem suas experiências, produzem conhecimento teórico e político. O fato de Andreza ocupar seu lugar, lhe confere legitimidade, quando ela mobiliza sua experiência como mulher negra posicionada e discute temas relevantes, o que está em xeque não é uma verdade absoluta sobre o seu estado de ser, mas uma verdade contingente, situada e produzida em seu contexto. Tal perspectiva dialoga com o que Fontana (2018), a partir de Trebisacce (2016), aponta sobre o relato experimental:

[...] é um relato que fala a verdade do sujeito, mas essa verdade não é nem natural nem essencial; é contingente, contextual e produzida. [...] Essa é a segunda operação da transmutação do valor gnosiológico e político da experiência que supõe a confusão do que é uma verdade contingente, produzida e conjuntural do sujeito com uma suposta verdade essencial do mesmo. Somente a primeira, aliás, poderia se tornar o caminho para a

contemplação das condições estruturantes do sujeito, que são as que nos interessam (2016, apud Fontana, 2018, p. 290-291).

Nesse viés, a fala da influenciadora adquire valor gnosiológico e político justamente porque explicita como as experiências de pessoas pretas, mesmo que particulares, revelam dinâmicas estruturais da branquitude, que se sustentam por meio da exclusividade estética e pela deslegitimação de outras formas de beleza. A narrativa de Andreza se configura como um discurso que, ao mesmo tempo em que denuncia, também ensina e reposiciona a estética negra como centralidade de debate.

Como abordado nos capítulos anteriores desta monografia, a branquitude, conforme análise de autores como Lia Schuman, opera como norma universal. Ela se mantém invisível como classificação racial, ao mesmo tempo que dita regras comportamentais e sociais a todo o tempo. Quando Andreza desenvolve seu conteúdo na internet celebrando e exibindo pluralidades negras, seja através das colorações pessoais; suas formas de cabelos ou seu conteúdo informativo, ela confronta diretamente essa hegemonia. Sua narrativa, na verdade, é uma contranarrativa que rompe com essas normas brancas.

Esse rompimento não se traduz como um ato de vaidade, mas sim de resistência. A beleza negra, além de ser uma expressão de identidade, é também um movimento de autoafirmação simbólica e política. O corpo negro, principalmente da mulher, que sempre foi objetificado, e ainda é, aos olhos de Andreza é ressignificado. Em seus conteúdos ela transforma o que já foi alvo de apagamento em um símbolo de resistência. Ao mesmo tempo em que a influenciadora se solidifica em suas experiências, ela se torna um instrumento de transformação.

4.2. Estratégias discursivas e visuais na construção da narrativa

A estética de postagens em redes sociais não se limita apenas à escolha de cores ou composição visual, é necessário considerar que a forma como a mensagem é apresentada carrega tanto significado, quanto seu conteúdo principal. Nesse sentido, Barthes (2005, apud Fontanari, 2016, p. 146) argumenta que a linguagem não se define apenas pelo que é dito, mas pelo modo como se diz. Aplicando essa perspectiva à postagem, é possível analisar inicialmente a legenda, que organiza e complementa o conteúdo visual. Andreza escreve:

“Mais uma reflexão da sessão “moda é política simmmm.” Vale dizer que, quando estamos falando de “branquitud3 estamos falando da estrutura, não do indivíduo, ok?!” Quero saber de vocês aqui nos comentários! ”.

A legenda da influenciadora apresenta um tom coloquial, que pode ser percebida pelo uso de expressões e pelo diálogo direto com o público. Esse tipo de construção cria uma sensação de proximidade com o leitor. Do ponto de vista discursivo, a frase “moda é política”, conecta a dimensão visual da postagem ao posicionamento crítico e consciente. Sobre a branquitude, Ramos clareia sua intenção e orienta a interpretação do público. E por fim, ao final, a legenda exerce uma função interativa, incentivando comentários e discussões, criando um espaço de engajamento.

A partir desse olhar, pode-se então analisar as dez imagens presentes no post de uma maneira mais detida. A imagem de capa (**Figura 05**), por exemplo, apresenta uma mulher loira, ela está de costas com um coque no cabelo e presilhas, destacando desde o primeiro momento características associadas ao conteúdo abordado no carrossel, já direcionando o olhar do espectador para elementos específicos da estética que será representada.

Figura 03: Capa da postagem.



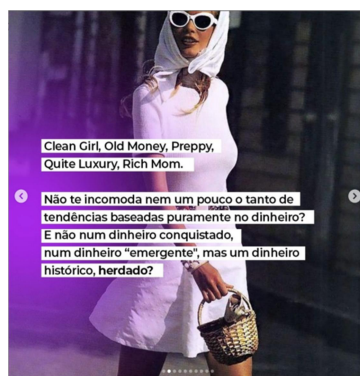
Fonte: Instagram (@aandrezamos)

A segunda imagem (**Figura 06**) apresenta a fotografia de uma mulher com vestimentas que remetem à estética *old money*⁷, reforçando no plano visual aquilo que é

⁷ O termo *old money* refere-se às fortunas herdadas de gerações anteriores, associadas a famílias tradicionais que detêm poder e influência social há décadas ou séculos. Mais do que um indicador financeiro, representa um sistema de prestígio, tradição e exclusão simbólica que distingue a elite estabelecida dos chamados *new money* — indivíduos que enriqueceram recentemente, muitas vezes sem acesso ao mesmo capital cultural e simbólico. **Fonte:** Tália Mac. Entre a branquitude e a dororidade: um ensaio sobre as relações sociais contemporâneas. *Periódicus*, Salvador, v. 1, n. 16, p. 178-197, maio/out. 2021.

discutido no texto, o qual aborda as tendências de moda como estratégias baseadas nos poderes financeiros. Ao trazer estéticas como *clean girl*⁸, *old money*, *rich mom*⁹, *preppy*¹⁰ e *quiet luxury*¹¹, o card estabelece um campo discursivo que vincula a estratificação social à performatividade identitária; conceito oriundo dos estudos de gênero de Judith Butler (1990). A identidade de gênero não é algo que se é, mas sim, algo que se faz de forma repetida. Os sujeitos performam as práticas, e isso se dá nos modos de vestir, falar e agir. Essas denominações não são categorias meramente estilísticas, mas a representação de construções simbólicas que carregam valores de pertencimento e exclusividade de classes. Nesse sentido, a problematização feita pela influenciadora desloca o olhar da moda feita de forma individual e denuncia sua construção social regulada por disputas sociais e condições materiais.

Figura 04: Card 02 – Estética *Old Money* (Segunda imagem do carrossel).



Fonte: Instagram (@aandrezaamos)

⁸ A estética **Clean Girl**, popularizada nos EUA, promove um visual minimalista e disciplinado, mas reforça padrões excludentes por estar ligada a mulheres brancas de maior poder aquisitivo e a um estilo de vida caro e pouco acessível. **Fonte:** CLARA, Santos Garcia *et al.* Discutindo trends: como as comunidades virtuais afetam as percepções dos adolescentes do Programa de Trabalho Protegido na Adolescência. *Interagir: pensando a extensão*, Rio de Janeiro, n. 38, p. 17-53, jul./dez. 2024

⁹ A estética Rich Mom, derivada do quiet luxury, valoriza elegância discreta com peças de qualidade, como jeans brancos e cashmere neutro. Popularizada no TikTok por Christina Najjar, reflete um estilo de vida de luxo e sofisticação, reinterpretado por celebridades como Rihanna com acessórios ousados. **Fonte:** KESSLER, Alex. *Rihanna Takes the Rich Mom Aesthetic to Billionaire Extremes*. Vogue, 10 out. 2023. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/rihanna-takes-the-rich-mom-aesthetic-to-billionaire-extremes>

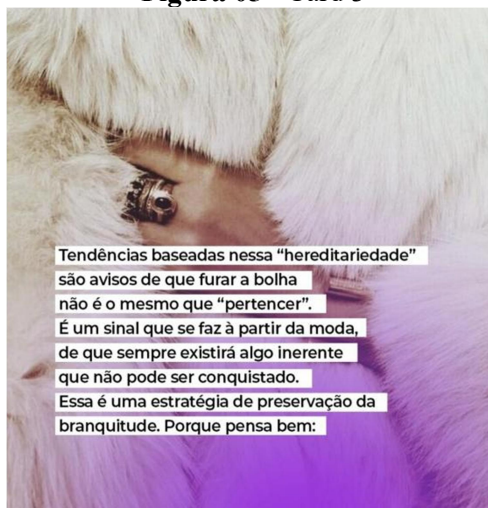
¹⁰ A estética preppy, originada das escolas preparatórias de elite e consolidada nos anos 1970, simboliza status acadêmico e social com peças como alfaiataria, saias plissadas e mocassins. Associada a famílias tradicionais de alto poder aquisitivo, foi também reinterpretada em versões mais leves, como no filme *As Patricinhas de Beverly Hills* (1995). **Fonte:** Helena Gabrielle Souza Ribeiro. “‘Isso é tão Aesthetic!’: a estetização da imagem de moda do ‘Look do dia’ no Instagram ao ‘Arrume-se comigo!’ no TikTok”. *dObras*, n. 39, set.–dez. 2023. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/download/1512/831>. Acesso em: 25 ago. 2025.

¹¹ O quiet luxury define um luxo discreto e sutil, oposto à ostentação. No Brasil, funciona como estratégia das elites para marcar distinção, valorizando códigos sociais implícitos mais que o preço em si. **Fonte:** Danilo de Souza Moura; Eneus Trindade Barreto Filho. “O quiet luxury como estratégia de diferenciação da elite brasileira frente ao consumo de grifes na periferia”. Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, PPGCOM-USP, São Paulo, 2024. Disponível em: <arquivo em PDF>. Acesso em: 25 ago. 2025.

O terceiro e o quarto cards (**Figuras 07 e 08**) trazem uma problematização central sobre as dinâmicas de poder inscritas na estética da moda. As imagens que os ilustram são de joias, símbolos históricos de exclusividade, cuja posse está diretamente ligada a uma herança material de longa duração. Tradicionalmente, famílias abastadas de várias épocas acumulam peças exuberantes, passadas de uma geração para outra. Nesse sentido, sua presença no card não está ali para apenas preencher espaço, mas para atuar como metáfora visual do assunto.

Os textos sobre as imagens enfatizam que tendências associadas a uma suposta hereditariedade operam como marcadores simbólicos que delimitam os limites entre “acessar” e “pertencer”. Trata-se, portanto, de um processo de racialização da estética, no qual determinados códigos visuais se convertem em marcadores. Ainda que a população negra ascenda socialmente e atinja cargos de prestígio e poder aquisitivo, a branquitude se reafirma em um campo simbólico inatingível. À luz disso, Franz Fanon (2008), psiquiatra e teórico da descolonização, reconhecido por suas análises sobre racismo, argumenta que: “O branco quer o mundo; ele o quer só para si. Ele se considera o senhor predestinado deste mundo. Ele o submete, estabelece-se entre ele e o mundo uma relação de apropriação” (Fanon, 2008, p. 117).

Figura 05 - Card 3



Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 06 - Card 4

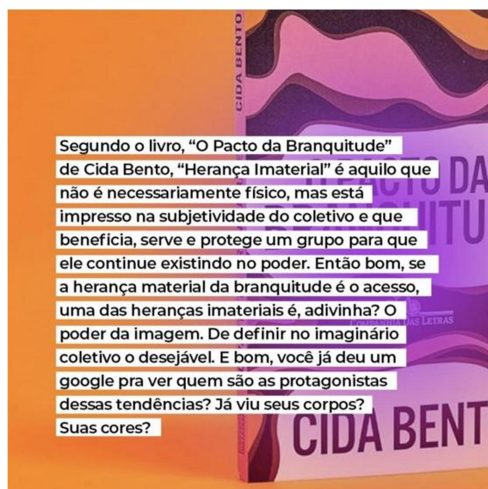


Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

A referência a Cida Bento é o objeto central do quinto card (**Figura 09**). O livro “O Pacto da branquitude” (2022) é o que o ilustra. Andreza traz os pensamentos de Bento para caracterizar um “Herança imaterial” que, segundo ela, no texto sobre a imagem, é “aquilo que não é necessariamente físico, mas está impresso na subjetividade do coletivo e que beneficia, serve e protege um grupo para que ele continue existindo no poder” (Andreza Ramos). Esse viés subjetivo age também na manutenção de padrões, de forma naturalizada e silenciosa.

Ramos ainda fala do “Poder da imagem”. O tom é até de brincadeira, visto que mais uma vez, quem tem este poder são os brancos. A branquitude monopoliza os padrões gerais e os tornam hegemônicos, e mais uma vez, por mais que os pretos consigam atingir a estética e obtenham o capital, a imagem que domina não é a deles. Sob essa lógica de exclusão na moda, Barroa *et al.* destaca que: “A moda “enquanto fenômeno sociocultural, apresenta-se falsamente como democrática, mas é classista, racista, homofóbica, gordofóbica, misógina e machista” (Barroa et al., 2021, p. 70 *apud* Santos; Rech, [2023], p. 114).

Figura 07: Referência ao livro de *O Pacto da Branquitude*, de Cida Bento (2022).



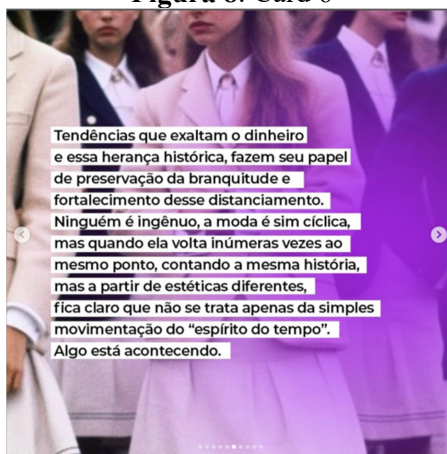
Fonte: Instagram (@aandrezamos)

As imagens do sexto e sétimo card (**Figuras 10 e 11**) refletem em como a moda atua como dispositivo de poder na preservação da branquitude. Na primeira (**Figura 10**), a imagem que ilustra o card mostra várias mulheres alinhadas, vestindo terninhos em tons claros e escuros. O texto, por sua vez, aprofunda em uma reflexão sobre a moda, poder e preservação racial, ao falar que as tendências que exaltam tradição e riqueza funcionam como instrumentos de manutenção, seus retornos cíclicos não se tratam apenas do “Espírito do tempo” (*Zeitgeist*) – que, conforme a revista Exame (2024), refere-se ao conjunto de ideias, crenças, comportamentos e influências que caracterizam uma determinada época –, mas de uma repetição consciente que politiza o segmento e revela, mais uma vez, sua constante manutenção.

Já na segunda imagem (**Figura 11**), a mensagem textual trata da relação entre branquitude, estética e apropriação cultural. Andreza afirma que a branquitude não tolera estéticas em que ela não possa protagonizar. Assim, quando ocorre uma inversão, isto é, quando a população negra denuncia práticas de apropriação cultural e adota um posicionamento de exclusividade, o discurso hegemônico reage em tom de vitimização, recorrendo à noção de “racismo reverso”. Ideia totalmente infundada, visto que o racismo é uma estrutura de poder e não um preconceito individual. Essa denúncia se concretiza visualmente na posição irônica entre um terno bege masculino, símbolo de uma elite branca, e uma trança no lugar da gravata. O terno é signo de autoridade e poder social, enquanto a trança remete à ancestralidade. Ao combinar os dois elementos, a imagem expõe o processo

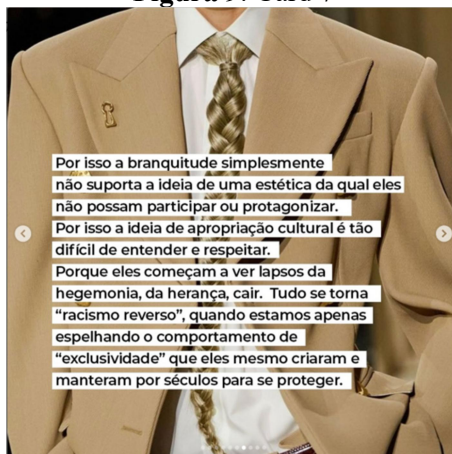
dessa apropriação: um símbolo negro é deslocado de seu contexto original para adornar a moda branca.

Figura 8: Card 6



Fonte: *Instagram* (@aandrezaamos)

Figura 9: Card 7



Fonte: *Instagram* (@aandrezaamos)

Nos últimos três cards (**Figuras 12, 13 e 14**), a reflexão aborda a interseção entre todos os termos abordados anteriormente, e traz luz a necessidade de compreender que esses entendimentos transcendem a esfera individual e reverbera no coletivo. Quando nossa autoestima reflete a força intrínseca da nossa identidade, ela não só nos fortalece como indivíduo, mas também como sociedade, uma vez que, pelo olhar de Andreza, quando acatamos padrões estéticos diferentes da nossa essência, enfraquecemos essa coletividade e promovemos uma desconexão entre o “ser” e o “parecer”.

Além disso, os recursos visuais apresentam pela primeira vez a presença de pessoas negras, que por sua vez, são extremamente simbólicas e potentes. Essa inclusão tardia de personagens negros não foi um descuido, muito pelo contrário, ela pode ser vista como o

ápice da discussão sobre identidade na narrativa. Uma vez que, ao fazer isso aprofunda-se a discussão, conectando moda e imagem diretamente a questão de raça, para sublinhar a importância dessa intersecção. Através da postura confiante, da presença de acessórios e das roupas sofisticadas e coloridas, ela desafia os estereótipos históricos e demonstra como a estética negra pode ser luxuosa, expressiva e poderosa. Soma-se a isso um aspecto adicional de grande relevância: a figura representada é uma mulher idosa, o que amplia ainda mais a simbologia da imagem.

A crítica feita à estética de tendências brancas, não é apenas uma opinião pessoal de Ramos, mas sim uma análise profunda das estruturas que moldam esses padrões. Aqui fica claro que a estética da branquitude não é valorizada apenas por ser a única disponível em nossa sociedade, mas sim por ser aquela caracterizada como a “verdade” do belo, e que estabelece uma posição de hierarquização aos não brancos. Dito isso, pode-se afirmar que a ideia de superioridade estética é, de fato, um traço da branquitude brasileira (Schucman, 2012, p.71).

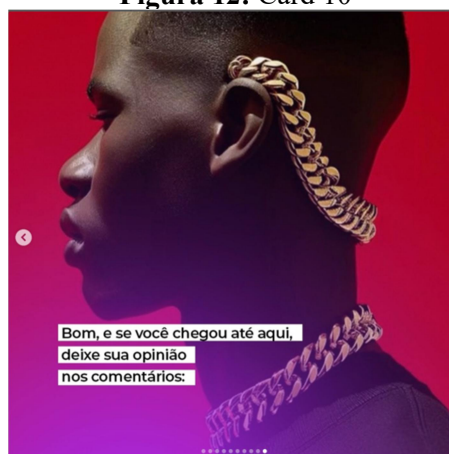
Figura 10: Card 8.



Fonte: Instagram (@aandrezamos)

Figura 11: Card 9

Fonte: *Instagram* (@aandrezaamos)

Figura 12: Card 10

Fonte: *Instagram* (@aandrezaamos)

A análise completa da publicação em questão revela como Andreza seguiu uma narrativa cuidadosa e bem construída. O percurso do capítulo demonstra como o ativismo digital funciona e surte efeito, além de evidenciar como as dinâmicas de poder e representação no campo da moda continuam refletindo o pacto da branquitude, mesmo em momentos em que sujeitos pretos alcançam visibilidade.

A análise reforça, portanto, a importância de compreender o *Instagram* como um espaço em que promove disputas simbólicas.

4.3. Interação com o público: engajamento e repercussões

Mais do que simples interações digitais, as reações advindas da publicação de Andreza Ramos demonstram como o espaço virtual funciona como um campo de troca, já que ele também estimula reflexões coletivas. A postagem de Ramos atingiu 18 mil curtidas, 711 comentários e foi compartilhada 4.566 vezes. Além do engajamento quantitativo, caracterizado pelas curtidas, compartilhamentos e comentários, há também o qualitativo, localizado dentro dos comentários da publicação, onde abre um espaço para recepção das percepções do público acerca do assunto tratado.

Nesse cenário, a postagem da influenciadora mobilizou 711 comentários, que promoveram algumas camadas de interpretação. Decidi analisa-los para compreender melhor as múltiplas interpretações presentes ali, que incluíam tanto experiências pessoais quanto diferentes perspectivas sobre o tema. Para além da publicação, cada pessoa que comentou, contribuiu com alguma reflexão, enriquecendo a discussão.

A primeira percepção em relação aos comentários é que a publicação da influenciadora age como um ponto de partida para a discussão. Nem mesmo diante dos elogios, relatos pessoais ou críticas, há respostas da autora no post. Isso reforça a ideia de que a reflexão sugerida serve para disparar uma linha de raciocínio para o coletivo e não para abrir um campo de diálogo entre a audiência e Ramos. Nos comentários da publicação, muitos usuários se expressaram apenas com emoticons, mas ainda assim, suas respostas revelam interpretações e sentimentos diversos em relação ao conteúdo.

Figura 13: Comentário de apoio



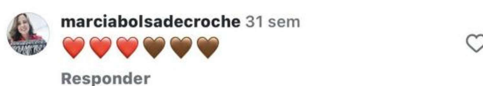
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 14: Comentário de apoio



Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 15: Comentário de apoio



Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 16: Comentário de apoio

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 17: Comentário de apoio

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 18: Comentário de apoio

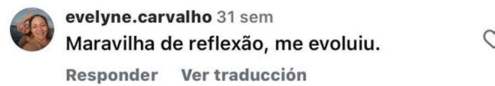
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

A presença desses elementos visuais não se limita a funções decorativas, mas performa significados simbólicos. As “palminhas”, por exemplo, ultrapassam a ideia de simples aplausos e passam a representar a celebração coletiva do conteúdo. O coração e o rosto apaixonado traduzem de forma direta a admiração e o afeto direcionado a publicação. Já os emojis da “mente explodindo” e a da “bombinha” expressam a intensidade do impacto e a potência da mensagem, indicando que sua publicação gera um choque positivo e uma reflexão profunda. Esse conjunto de manifestações afetivas, por meio de símbolos, demonstra como o engajamento vai além da racionalidade do debate, tocando em uma esfera mais profunda de conexão e sentimento de pertencimento.

Outro segmento de comentários, são os que transcendem a admiração superficial. Ao comentar mais do que emoticons, há uma validação também na própria experiência. Frases como: “Você botou em palavras um incômodo meu!” de @impressoesdemaria (figura 21) ou “Maravilha de reflexão, me evoluiu” dita por @evelyne.carvalho (figura 22), evidenciam que a narrativa de Ramos ressoa de forma íntima e pessoal a cada usuário da rede.

Figura 19: Comentário de admiração

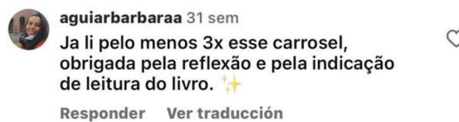
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 20: Comentário de admiração

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 21: Comentário de admiração

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

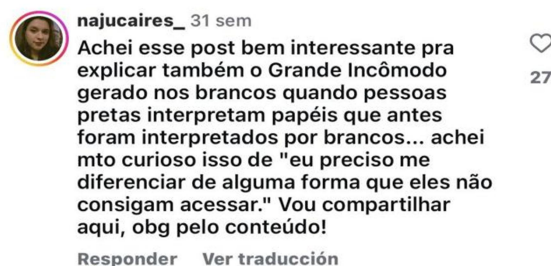
Figura 22: Comentário de admiração

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

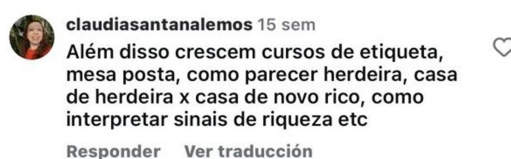
Figura 23: Comentário de admiração

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

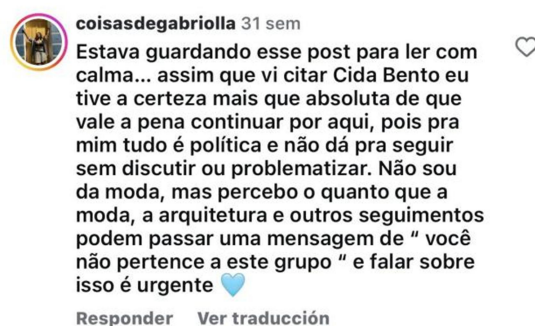
Há também aqueles comentários maiores, que promovem não só reações sucintas, mas também análises de fenômenos sociais.

Figura 24: Comentário com análise social

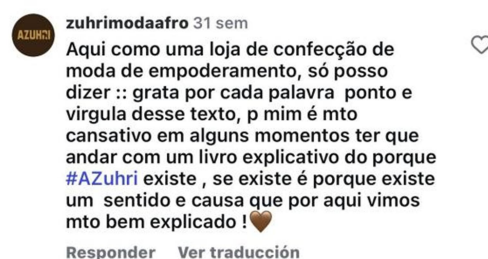
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 25: Comentário com análise social

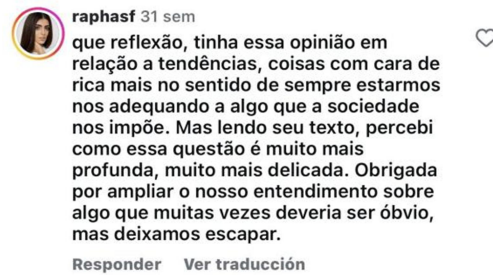
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 26: Comentário com análise social

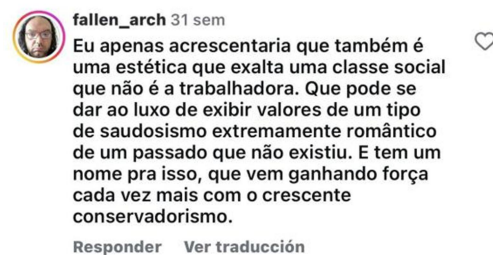
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 27: Comentário com análise social

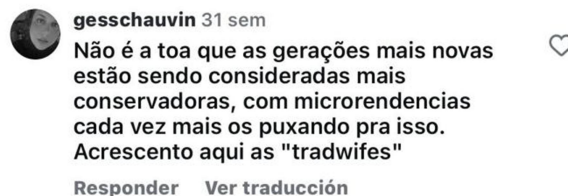
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 28: Comentário com análise social

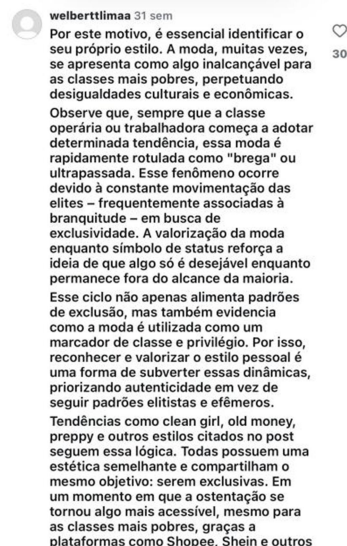
Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 29: Comentário com análise social

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 30: Comentário com análise social

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 31: Comentário com análise social

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 32: continuação do comentário anterior

plataformas como Shopee, Shein e outros sites de produtos baratos, surge a necessidade de reposicionar o símbolo de status.

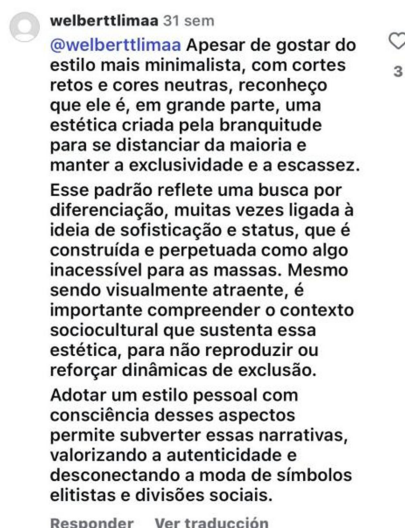
O estilo old money, por exemplo, se apresenta como uma resposta a essa acessibilidade crescente. Ele busca transmitir uma imagem de elegância atemporal e riqueza discreta, que é difícil de ser reproduzida pelas classes populares. Ao adotar peças minimalistas, tecidos de alta qualidade e uma estética ligada à tradição e herança, essa tendência reforça o ideal de exclusividade, distanciando-se do que pode ser facilmente replicado.

Essas dinâmicas mostram que a moda não é apenas uma escolha estética, mas também um reflexo das desigualdades sociais e culturais. Com isso, é ainda mais importante valorizar um estilo pessoal autêntico, desconectado de ciclos elitistas que perpetuam essas divisões.

Responder Ver tradução

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 33: Comentário com análise social



Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

O comentário de @najucaires_ (figura 26) que fala do “Grande Incômodo gerado nos brancos” ao ver pessoas pretas em papéis antes brancos é um exemplo de que o usuário não apenas reage; mas analisa um fenômeno, que nesse caso é o incômodo branco, e oferece sua interpretação sobre a lógica da branquitude em manter a exclusividade.

O comentário feito por @claudiasantanalemos (figura 27) sobre “cursos de etiqueta, mesa posta” e “como parecer herdeira” é outro ponto de destaque. Ele traz uma conexão entre a discussão sobre a estética negra com a análise de classe e rituais de consumo. A internauta demonstra que a estética da branquitude não se limita apenas à aparência, mas se estende a um

conjunto de práticas e símbolos que marcam o status social. A mensagem deixada pela loja @zuhrimodaafro (figura 29), é uma poderosa validação do discurso de Andreza e demonstra a sua importância no mundo real. O comentário evidencia a exaustão de ter que justificar a própria existência em um mercado dominado pela branquitude.

Assim como apontado por @fallen_arch (figura 31), surge a reflexão de que as tendências associadas à branquitude são incompatíveis com a lógica da hierarquia de classes. Essa estética se diferencia e exclui, ela funciona como um código de pertencimento que nega o acesso a quem não faz parte desse universo social. Como menciona @fallen_arch, (figura 31) o “saudosismo extremamente romântico de um passado que não existiu” retrata brilhantemente em como a estética dominante se apoia numa idealização falsa para manter sua superioridade. Quando @gesschauvin (figura 32) traz o conceito de *trad wives* (mulheres tradicionais) demonstra que as vestimentas não sinalizam apenas status social, mas também ideologia política, nesse caso, ligada ao conservadorismo. O que nos faz enxergar que a beleza e a moda são lugares que as visões de mundo se confrontam. A postagem de Ramos fornece ferramentas para que o público desenvolva um olhar analítico, ao apresentar de forma acessível conceitos ligados à branquitude e a reprodução de padrões hegemônicos, Ramos cria um espaço onde as pessoas podem reconhecer as contradições do campo estético e questionar essas naturalizações antes feitas, tornando-se um ponto de referência para conscientização coletiva.

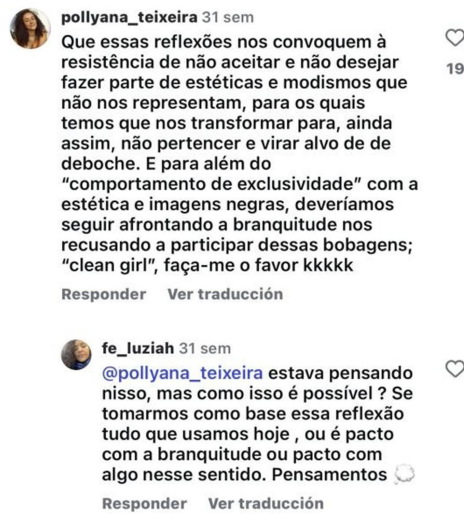
Figura 34: Comentário de questionamento



Fonte: Instagram (@aandrezamos)

Ao realizar essa problematização dos códigos estéticos da branquitude, Andreza instiga seu público a refletir. Essa provocação se confirma nos comentários supracitados e também nos comentários que geram respostas (*replies*), ecoando questões sobre a concretização de seu ativismo digital. Os comentários evidenciam que a publicação não só gerou engajamento imediato, como também abriram espaço para que diferentes vozes se entrecruzassem. Os *replies* demonstram não só a essa adesão dos seguidores, mas sobretudo sua disposição em dialogar, contestar e co-construir sentidos dentro dessa ambiência digital.

Figura 35: Comentário que resultou em diálogo



Fonte: Instagram (@aandrezamos)

Figura 36: Comentário que resultou em diálogo



Fonte: Instagram (@aandrezamos)

Figura 37: Comentário que resultou em diálogo

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

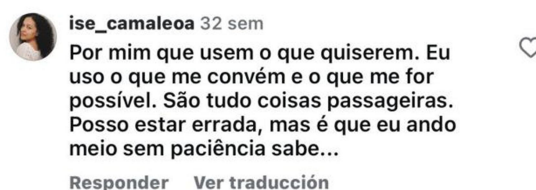
Figura 38: Comentário que resultou em diálogo

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Entre os 711 comentários, apenas dois deles manifestaram discordância em relação à publicação de Andreza. Ainda que minoritários, esses enunciados revelam como a ambiência digital também funciona como espaço de conflito, visto que diferentes interpretações e perspectivas podem se confrontar. Em termos de engajamento, ambos tiveram repercussão mínima, o comentário de @salimclara (figura 41) teve apenas uma curtida e o segundo, de @ise_camaleoa (figura 42), não teve nenhuma. Se tratando de análise, nenhum dos dois comentários apresentaram argumentos consistentes que pudessem ampliar o debate. No entanto, a presença dessas vozes demonstra que a postagem produziu também provocação, estimulando contrapontos que, de certa forma, reiteram a relevância do debate.

Figura 39: Comentário de discordância

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Figura 40: Comentário de discordância

Fonte: *Instagram* (@aandrezamos)

Assim, mesmo quando discordam, esses comentários não anulam a potência da publicação, mas a reforçam, pois demonstram sua capacidade de instigar reflexão e gerar múltiplos posicionamentos. Ainda que isolados e com pouca repercussão, essas vozes dissonantes revelam que a postagem também provoca incomodo, mesmo que mínimo, funcionando como gatilho para que diferentes percepções venham à tona.

De maneira ampla, a análise realizada ao longo dos tópicos evidencia que a publicação de Andreza Ramos opera como um espaço de produção de sentidos. Inserida na ambiência digital, ela ganha força justamente pela dinâmica própria das redes sociais, onde os conteúdos não se encerram na mensagem original, mas se expandem a partir das interações com o público. A postagem demonstra como a estética e a moda, quando atravessadas por questões raciais e sociais, extrapolam o campo de consumo e se tornam instrumentos de crítica social. Nesse viés, a circulação e a disputa de sentidos no ambiente virtual confirmam a potência da publicação. Demonstrando como o ativismo social amplia a consciência crítica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da postagem da influenciadora Andreza Ramos revela, de forma enfática, como o *Instagram* se configura enquanto plataforma de disputa simbólica e política. O carrossel publicado no dia 9 de janeiro de 2025, deixa de ser um conteúdo estético simples e transforma-se num artefato que provoca. Ao enunciar que as microtendências funcionam como ferramenta para um pacto excludente, Ramos mobiliza seu lugar de fala como mulher negra, não para afirmar uma verdade universal, mas para afirmar uma verdade contingente, atravessada pelas histórias e vivências.

Essa perspectiva se mostra potente porque rompe com o ideal de que a moda é apenas um espaço neutro ou criativo. Muito pelo contrário, essa análise demonstrou que a moda sofre diversos atravessamentos de hierarquias raciais, de classe e de gênero. Além de ser ferramenta para manutenção de um sistema de dominação. Nessa conjuntura, o conteúdo textual e imagético trazido na postagem de Ramos, atua como gesto contra hegemônico, não apenas ao evidenciar os mecanismos de exclusão que recaem sobre a população negra por meio da moda, mas também ao demonstrar como as microtendências funcionam como dispositivos de manutenção da branquitude, reforçando um lugar de dominação simbólica e social.

O que a postagem de Andreza faz é colocar em prática o que bell hooks (2019) debate enquanto forma de romper com o pensamento supremacista branco, reafirmando-se como pessoa negra. Tomando consciência da própria negritude e rompendo com os ideais estilísticos e estéticos de uma branquitude que, em última instância, se utiliza também da moda como forma de punir e cercear todo aquele que não segue os modelos preestabelecidos pelo sistema. Ao fazer uma interpretação do Pacto da Branquitude, Andreza está também mostrando que, a estrutura racista é complexa, ramificada, e atinge a nós, pessoas negras, em aspectos da vida que muitas vezes passam despercebidos. O post é mais uma das facetas da luta antirracista que, como bell hooks bem aponta, só se faz quando tomamos consciência plena de como o sistema escravagista, colonial, imperialista (pensamento supremacista branco) moldou nosso modo de ser, enxergar e viver o mundo.

Ao fazer a publicação, Andreza cria um espaço de segurança e de debate, promovendo um diálogo não apenas com as pessoas brancas que as seguem, mas, e talvez principalmente, com seus pares. Homens e mulheres negros e negras que cresceram num ambiente no qual seu modo de se vestir, de se apresentar ao mundo, é o que define, muitas vezes, se serão ou não abordados pela polícia, comparados a um funcionário de um comércio ou negligenciados em atendimento hospitalar. E, ainda assim, sua postagem incomoda, pois não passa ilesa de

tentativas (mesmo que mínimas) de invalidação do seu discurso, como pode ser visto em comentários anexados a este trabalho.

Em resumo, esta monografia demonstra que o ativismo social digital, neste caso protagonizado por uma mulher negra, dentro do campo da moda é capaz de tensionar pactos antes estabelecidos, e reposicionar, mesmo que a passos lentos, a estética negra no centro. Além de criar espaços onde as pessoas possam emitir suas opiniões e confabulações. Trata-se de um movimento que opera tanto no plano simbólico quanto no plano político. A reflexão proposta, ultrapassa a dimensão da postagem em si, uma vez que toda sua ambiência é levada em consideração. O que está em foco não são apenas as estéticas ali apresentadas, mas a estrutura social que ela denuncia e evidencia. Nesse contexto, a moda não é reduzida a um fenômeno superficial; ela opera como linguagem e como pretexto para expor as grandes relações de poder, revelando mecanismos que atravessam, raça, gênero e classe.

Logo, a publicação de Andreza não deve ser vista como um episódio isolado, mas como parte de uma dinâmica em que mulheres negras, historicamente subalternizadas, a partir de suas experiências, transformem as redes sociais em campos de visibilidade e geração de conhecimento. A estética e a moda, nessa circunstância, deixam de ser apenas adornos e se tornam linguagem de resistência. Contudo, este não é um ponto de chegada, mas sim de partida. A análise aqui apresentada sinaliza apenas parte de uma problemática muito mais ampla, indicando que o campo de pesquisa permanece aberto para novas investigações que possam aprofundar e tensionar mais acerca dessa relação entre moda, raça e poder.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA BRASIL. Brancos estudam em média 10,8 anos; negros, 9,2 anos. **Agência Brasil**, Brasília, 27 mar. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2024-03/brancos-estudam-em-media-108-anos-negros-92-anos>. Acesso em: 7 mar. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. Estudo: 70% da população carcerária no Brasil é negra. **Agência Brasil**, 10 jul. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/direitos-humanos/audio/2024-07/estudo-70-da-populacao-carceraria-no-brasil-e-negra>. Acesso em: 7 mar. 2025.

AGÊNCIA GOV. Morte de mães negras é duas vezes maior que de brancas, aponta pesquisa. **Agência Gov**, 13 nov. 2023. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202311/morte-de-maes-negras-e-duas-vezes-maior-que-de-brancas-aponta-pesquisa>. Acesso em: 8 mar. 2025.

ALMEIDA, Silvio Luiz de. **Racismo Estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.

ARQUIVO LOCAL. abpn, **Gerente da revista, Cida Bento diz o que se cala**. (arquivo local).

BARRETO, Carol. **Modativismo: Quando a moda encontra a luta**. Editora Paralela, 2024. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=8Mb1EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=moda+e+diaspora+africana&ots=q8POP_orln&sig=E6t3_nlipK3d-7-mfbIrIyXRHSc#v=onepage&q=moda%20e%20diaspora%20africana&f=false.

BBC NEWS BRASIL. A manifestação #EleNão foi a maior manifestação de mulheres da história do Brasil, diz pesquisadora. **BBC News Brasil**, 29 set. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 12 ago. 2025.

BBC NEWS BRASIL. Frente Negra Brasileira: como organização pioneira abriu caminho para movimento negro no Brasil. **BBC News Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53000662>. Acesso em: 8 mar. 2025.

BERTUCCI, R.; NUNES, P. Interação em rede social: das reações às características do gênero comentário. **Domínios de Linguagem**, v. 11, n. 2, p. 313-338, 2017.

CARDANO, Mário. **Manual de pesquisa qualitativa: a contribuição da teoria da argumentação**. Petrópolis: Vozes, 2017.

COLLINS, P. H. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Tradução: Jamile Pinheiro Dias. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2019.

COSTA, Eliane Silvia; SCHUCMAN, Lia Vainer. Identidades, identificações e classificações raciais no Brasil: o pardo e as ações afirmativas. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 02, p. 466-484, 2022.

DE BRITO, Benilda Regina Paiva. **Sociedade: Mulher, negra e pobre - A tripla discriminação**. 1997.

DESS, Conrado. Notas sobre o conceito de representatividade. **Urdimento - Revista de Estudos em Artes Cênicas**, Florianópolis, v. 1, n. 43, p. 1–30, 2022. DOI: 10.5965/1414573101432022e0206. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/urdimento/article/view/21115>. Acesso em: 10 mar. 2025.

EXAME. Zeitgeist — **Decifrando o espírito do tempo**. Disponível em: <https://exame.com/lideres-extraordinarios/lifestyle/zeitgeist-decifrando-o-espirito-do-tempo/>.

FAÉ, Renan Effgen. **A capitalização da atenção nas plataformas digitais: uma análise das estratégias dos influenciadores digitais capixabas no Instagram**. Tese (Doutorado) — [identificação da instituição não informada], 2024.

FANON, Frantz. **Pele Negra, Máscaras Brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008.

FERNANDES, Danubia de Andrade. O gênero negro: apontamentos sobre gênero, feminismo e negritude. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 24, n. 3, p. 691-716, set./dez. 2016.

FIALHO, Lia Machado Fiuza; SOUSA, Francisca Genifer Andrade de. Ambiência digital e interação nas redes sociais: desafios e perspectivas para a educação. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 40, e022019, 2019. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S2237-94602019000100202&script=sci_arttext. Acesso em: 14 ago. 2025.

FONTANA, Mônica Zoppi. “Lugar de fala”: enunciação, subjetivação, resistência. **Revista Conexão Letras**, v. 12, n. 18, 2018. DOI: 10.22456/2594-8962.79457. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/conexaoletras/article/view/79457>. Acesso em: 20 ago. 2025.

FONTANARI, R. Como ler imagens? A lição de Roland Barthes. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 31, p. 144-155, abr. 2016. DOI: 10.1590/1982-25542016122392.

GADELHA, Regina Maria d’Aquino Fonseca. A lei de terras (1850) e a abolição da escravidão: capitalismo e força de trabalho no Brasil do século XIX. **Revista de História**, São Paulo, n. 120, p. 153–162, 1989.

GONZALES, Lélia. Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, São Paulo, p. 223-244, 1984.

GRAÇAS, Suzielen Taiane das. **Resistência: ativismo e articulação de mulheres negras através de redes sociais**. Dissertação (Mestrado) — [identificação da instituição não informada], 2018.

GRIEGER, Jenifer Daiane; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Um estudo sobre influenciadores digitais: comportamento digital e identidade em torno de marcas de moda e beleza em redes sociais online. **AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento**, Curitiba, v. 8, n. 1, p. 39-42, jan./jun. 2019. Disponível em: [Revistas UFPR](#). Acesso em: 17 fev. 2025.

hooks, bell. **Olhares negros: raça e representação**. 2019. 325 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Brasil: 500 anos de povoamento**. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Presença negra no Brasil**. Disponível em: <https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/negros#:~:text=Presen%C3%A7a%20negra,ter%C3%A7o%20de%20todo%20co m%C3%A9rcio%20negreiro>. Acesso em: 14 mar. 2025.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, São Paulo, v. 17, edição especial, p. 49-61, 2017.

KRESS, Gunther. **Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication**. Routledge, 2009.

LAESTADIUS, Linnea. Instagram. In: **THE SAGE HANDBOOK OF SOCIAL MEDIA RESEARCH METHODS**. London: SAGE Publications Ltd, 2016. p. 573-592.

LINKE, Paula Piva; BEM, Natani Aparecida do; SIFUENTES, Maria Lucinete. A moda como representação social e algo além da indumentária. In: **ENCONTRO INTERNACIONAL DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNICESUMAR – XII EPCC**, 2021, Maringá. Anais eletrônicos... Maringá: Unicesumar, 2021. Disponível em: <https://www.unicesumar.edu.br/anais-epcc-2021/wp-content/uploads/sites/236/2021/11/703.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2025.

MICHAELIS. **Dicionário online Michaelis**. Moda. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br>. Acesso em: 23 jun. 2025.

MICHELON, Francisca Ferreira; DOS SANTOS, Denise Ondina Marroni. A roupa do moderno. In: NASCIMENTO, Norton Gabriel; ROPELATTO, Luciane. Moda, efemeridade e crise. **Da Pesquisa**, Florianópolis, v. 11, n. 16, p. 228–238, 2016. DOI: 10.5965/1808312911162016228. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/6930>.

MOREIRA, Suellen Arcoverde V.; COSTA, Zimmerle da Nóbrega F.; ROCHA, Alice Vasconcelos M. Between Afro-Brazilian fashion and aesthetic-politics: a digital information analysis carried out in the daily struggles of black activist from Caruaru. **InfoDesign**, v. 21, n. 2, 2024. DOI: 10.51358/id.v21i2.1147.

OLIVEIRA, Dennis de. **Racismo estrutural: uma perspectiva histórico-crítica**. São Paulo: Ciclo Contínuo, 2019.

OLIVEIRA, Yuri Rafael de. **O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias**. 2014.

PINSKY, Jaime. **Escravidão no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

PRIBERAM. “Raça”. **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa** [em linha]. 2008-2025. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/ra%C3%A7a>. Acesso em: 8 mar. 2025.

RAMOS, Penha Élide Ghiotto Tuão; MARTINS, Analice de Oliveira. Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade. **Texto Digital**, v. 14, n. 2, p. 117-133, 2018.

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro?** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SÁ, Edvaldo Batista de; SANTOS, Yuri Luciano; SILVA, Tatiana Dias. Edição Censo Demográfico 2022. **Ministério da Igualdade Racial**. Informe MIR - Monitoramento e avaliação, n. 3. Brasília: DF, fev. 2024. 13 p.

SAMPAIO, Rafael C.; BARROS, Chilani T. G. Internet como esfera pública? Análise de usos e repercussões reais das discussões virtuais. **Estudos em Comunicação / Communication Studies**, v. 9, p. 161-183, 2011.

SANTOS, Fernanda Fernandes Costa; RECH, Sandra Regina. Descolonização dos relatórios de tendência no Brasil. In: **PESQUISA E EXTENSÃO EM MODA**: (capítulo). Disponível em: https://dlwqtxts1xzle7.cloudfront.net/118027776/9786588565971-libre.pdf?1725725668=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DVIII_Seminario_nacional_de_pesquisa_e_ex.pdf&Expires=1755547225&Signature=...

SANTOS, DOS SANTOS, A. P. M. T.; DOS SANTOS, M. R. Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil. **dObra[s]** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 11, n. 23, p. 157–181, 2018. DOI: 10.26563/dobras.v11i23.716. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/716>. Acesso em: 9 ago. 2025.

SCHUCMAN, Lia Vainer. 1.2 O campo crítico da branquitude: definição de um conceito. In: _____. **Entre o “encardido”, o “branco” e o “branquíssimo”**: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. p. 22-30.

SILVA, Alessandro Ferreira da. Cultura do cancelamento: cancelar para mudar? Eis a questão. **RAIN**, v. 1, n. 1, p. 93-107, jan. 2021. ISSN 2718-7519.

SILVA, Jenifer Isabela Cândido. **A valorização da moda preta**. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) — Faculdade de Tecnologia "Ministro Ralph Biasi", Americana, Americana, 2024.

SOUZA, Matheus Trindade de. Encarceramento digital: a cultura do cancelamento e sua contribuição no adoecimento da população negra. Trabalho apresentado no **XVII Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social**, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://abepss.org.br>. Acesso em: 15 ago. 2025.

STATISTA. **Países com mais usuários do Instagram**. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Acesso em: 17 fev. 2025.