



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – CCSO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

GABRIEL SOUSA DE SOUSA

**O TRABALHO DO SOCIAL MEDIA NEGRO EM SÃO LUÍS: dinâmicas de interação,
desafios e estratégias**

SÃO LUÍS - MA

2025

GABRIEL SOUSA DE SOUSA

O TRABALHO DO SOCIAL MEDIA NEGRO EM SÃO LUÍS: dinâmicas de interação, desafios
e estratégias

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade monografia, apresentado ao curso Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª Dra. Patrícia Rakel de Castro Sena

SÃO LUÍS – MA

2025

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Sousa, Gabriel.

O TRABALHO DO SOCIAL MEDIA NEGRO EM SÃO LUÍS :
dinâmicas de interação, desafios e estratégias / Gabriel
Sousa. - 2025.

60 p.

Orientador(a): Patrícia Rakel de Castro Sena.

Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social -
Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, São Luís,
2025.

1. Social Media. 2. Comunicação Digital. 3.
Profissionais Negros. 4. São Luís Ma. I. de Castro
Sena, Patrícia Rakel. II. Título.

GABRIEL SOUSA DE SOUSA

O TRABALHO DO SOCIAL MEDIA NEGRO EM SÃO LUÍS: Dinâmicas De Interação,
Desafios E Estratégias

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade monografia, apresentado ao curso Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Data da aprovação: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof^ªDraPatricia Rakel de Castro Sena

Prof título nome completo

Prof título nome completo

Dedico este trabalho ao meu avô Antônio e a minha avó, Valdecy, que me motivaram a nunca desistir dos meus sonhos. Dedico também a minha mãe, Marinalva, pelo seu apoio e incentivo. Sem eles, eu jamais teria conseguido chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que fizeram parte da minha trajetória durante esses cinco anos de graduação, em especial os meus avós, seu Antônio e a dona Valda, que com suas orações e incentivos me fizeram permanecer forte na busca da realização dos meus sonhos, me incentivaram a vir atrás dos meus sonhos, mesmo que em outra cidade. Eu jamais seria capaz de imaginar o que seria capaz de conquistar se eu não tivesse com eles ao meu lado. Com muito amor e carinho, também agradeço a minha mãe, Marinalva, que sempre insistiu para que eu não desistisse e sempre me apoiou em todas as minhas decisões. Agradeço também a minha outra mãe, Dinalva, pois sem ela, eu não sei qual seria o meu destino hoje em dia, pois ela foi e ainda é um presente de Deus na minha vida.

Agradeço aos meus amigos que viram de perto tudo o que eu já passei durante esse período de graduação, e mesmo assim se fizeram presentes nessa, e em outras etapas da minha vida, mas que sempre torceram pelo meu sucesso de longe. O apoio e incentivo de quem nos quer bem, faz toda a diferença para a nossa construção como pessoa, e eu não tenho palavras para agradecer a todos vocês.

Agradeço a Deus por todas as orações que me foram atendidas, pois eu me sinto um ser extremamente abençoado por sua graça.

Agradeço ao meu padroeiro, São Francisco de Assis, no qual, a sua oração é um dos meus dilemas de vida, e no qual eu quero levar para a minha vida inteira, ele que nos ensina sobre levar o amor onde houver ódio, para que assim, eu possa ter uma vida de paz.

Agradeço profundamente de coração a minha orientadora, a professora, mestre e doutora, Patrícia Rakel, que se fez presente nesse momento tão importante da minha vida. Obrigado pela paciência e por todas as suas considerações e atribuições para o desenvolvimento deste trabalho.

“Presentemente, eu posso me considerar um
sujeito de sorte
Porque apesar de muito moço
Me sinto são, e salvo, e forte.”

(Belchior, “Sujeito de Sorte” 1976)

RESUMO

Este estudo investiga os desafios enfrentados por profissionais negros que atuam como Social Media na cidade de São Luís – MA. A partir de uma abordagem qualitativa, foram realizadas entrevistas em profundidade com três profissionais da área, com o objetivo de compreender de que maneira as questões raciais interferem nas dinâmicas de trabalho, nas relações com clientes e empresas, bem como nas estratégias de enfrentamento utilizadas cotidianamente. O trabalho se apoia em autores como Djamila Ribeiro (2019), Tarcizio Silva (2022) e Raquel Recuero (2009) para discutir aspectos estruturais do racismo, o papel das redes sociais como espaço de disputa simbólica e o trabalho imaterial exercido no ambiente digital. Também se analisa como o racismo estrutural impacta diretamente o reconhecimento profissional, as condições de trabalho e o acesso a oportunidades. Além da análise bibliográfica e das entrevistas, a pesquisa apresenta como produto final um infográfico que sintetiza, de forma visual e acessível, os principais achados do estudo, contribuindo para o debate sobre justiça racial, representatividade e valorização da atuação de profissionais negros no campo da comunicação digital.

Palavras-chave: *Social Media*; Comunicação digital; Profissionais negros; São Luís – MA.

ABSTRACT

This study investigates the challenges faced by black professionals who work as Social Media in the city of São Luís - MA. Using a qualitative approach, in-depth interviews were conducted with three professionals in the field, with the aim of understanding how racial issues interfere with work dynamics, relationships with clients and companies, as well as the coping strategies used on a daily basis. The work draws on authors such as Djamila Ribeiro (2019), Tarcízio Silva (2022) and Raquel Recuero (2009) to discuss structural aspects of racism, the role of social networks as a space for symbolic dispute and the immaterial work carried out in the digital environment. It also analyzes how structural racism directly impacts professional recognition, working conditions and access to opportunities. In addition to the bibliographical analysis and interviews, the final product of the research is an infographic that summarizes the main findings of the study in a visual and accessible way, contributing to the debate on racial justice, representativeness and valuing the work of black professionals in the field of digital communication.

Keywords: Social media; Digital communication; Black professionals; São Luís - MA.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Quadro com percentual de Social Media no Brasil.....	16
Figura 2 - Quadro demonstrativo sobre a complementação aristotélica.....	26

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O PAPEL E A IMPORTÂNCIA DO SOCIAL MEDIA NO CENÁRIO DIGITAL.....	12
2.1 Representatividade e comunicação: construindo narrativas negras	12
2.2 O mercado digital e o racismo estrutural.....	14
2.3 Desafios do social media negro em contextos periféricos e regionais	16
2.4 Estratégias de resistência e afirmação no ambiente digital	17
2.5 Desvalorização e conflitos com clientes, empresas e eventos.....	19
2.6 Desafios persistentes e a urgência do reconhecimento.....	20
3 A CENTRALIDADE DO SOCIAL MEDIA NA CULTURA DIGITAL.....	23
3.1 O social media como mediador simbólico entre marcas e públicos.....	23
3.2 A prática da escuta e da mediação como estratégia	25
3.3 O trabalho imaterial e a lógica da multitarefa	27
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	30
4.1 Respondentes da pesquisa	31
5 ENTREVISTAS E ANÁLISE DOS CONTEÚDOS PRODUZIDOS	35
5.1 Dinâmicas de interação.....	35
5.2 Desafios profissionais.....	37
5.3 Estratégias e enfrentamentos	40
5.4 Eixo temático - 1 – Dinâmicas de interação	42
5.5 Eixo temático – 2 - Desafios profissionais	43
5.6 Eixo temático – 3 – Estratégias e enfrentamentos.....	44
5.7 Análise do eixo temático 1 – Dinâmicas de interação.....	49
5.8 Análise do eixo temático 2 – Desafios Profissionais.....	51
5.9 Análise do eixo temático 3 – Estratégias e Enfrentamentos.....	53
5.10 Infográfico de Análise	54
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS	60

1 INTRODUÇÃO

O crescimento das redes sociais alterou expressivamente a forma como trabalhamos e nos comunicamos no contemporâneo, o que estimulou o destaque, no mundo digital, da profissão de Social Media, que notoriamente, ganhou maiores proporções logo após a pandemia de COVID-19, na qual as pessoas tiveram que se isolar em casa, devido a exposição ao vírus, e fazendo com que tivessem ainda mais contato e interação no ambiente digital. Que, por fim, fomentou o reposicionamento e presença digital de empresas nacionais e internacionais.

Tal indivíduo, o Social Media, é responsável por planejar, criar e monitorar conteúdos para diferentes públicos, principalmente on-line. É possível que a prática seja encarada como uma ação sem quaisquer propósitos, que se baseia apenas na navegação infinita através das redes, mas na real, é um trabalho que exige e demanda diversos tipos de métodos e conhecimentos que partem desde a escolha do público-alvo, definição de meio e mensagem, até a divulgação do conteúdo.

Este trabalho, parte do seguinte problema de pesquisa: quais são as principais dificuldades enfrentadas por social medias negros em sua atuação profissional e de que forma essas dificuldades se relacionam com processos de racialização e exclusão simbólica? E tem como objetivo geral entender as dificuldades que os profissionais negros enfrentam ao exercerem a profissão de Social Media, especialmente na cidade de São Luís – MA e os objetivos específicos, que incluem: identificar as formas de interação com clientes e empresas; compreender os principais obstáculos enfrentados no cotidiano; e investigar as estratégias adotadas para lidar com a desvalorização profissional e o racismo estrutural. A escolha do tema se deu pela principal necessidade de compreender os desafios, estratégias e dinâmicas de interação que tais profissionais adotam, frente às inúmeras limitações impostas nesse mercado que tanto cresce no mundo digital.

A partir deste cenário, a importância desta pesquisa se justifica, em primeiro lugar, pela carência de estudos acadêmicos que examinem a atuação de profissionais de mídias sociais sob uma perspectiva racial e regional. Em segundo lugar, pela necessidade urgente de reconhecer os efeitos do racismo estrutural nas profissões digitais, especialmente no que diz respeito à atuação de indivíduos que, historicamente, são marginalizados nos meios de produção simbólica. Ao focar a análise na vivência de profissionais negros em São Luís, este trabalho visa contribuir para o fortalecimento de narrativas as quais não apenas denunciam desigualdades, mas também evidenciam competências, trajetórias e formas de resistência.

Sob a perspectiva metodológica, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, baseada em dois pilares: o estudo bibliográfico, que proporciona suporte teórico e crítico à discussão, e as entrevistas em profundidade com 3 profissionais negros que atuam como *Social Media* em São Luís-MA. A análise dos dados coletados servirá de fundamento para a elaboração de um infográfico final, cujo objetivo é representar visualmente os principais pontos da pesquisa, tornando-a mais acessível e capaz de circular entre diferentes públicos, inclusive fora do ambiente acadêmico, com o intuito de propagar e dar mais visibilidade a importância da profissão e nos relatos profissionais.

O trabalho está dividido em cinco capítulos. O primeiro capítulo introduz o tema, os objetivos, a justificativa e a metodologia da pesquisa, contextualizando o papel do *social media* no ambiente digital contemporâneo. O segundo capítulo explora as relações entre representatividade e comunicação, discutindo o racismo estrutural no mercado digital e os desafios enfrentados por profissionais negros em contextos periféricos e regionais. Além disso, são analisadas estratégias de resistência, a desvalorização profissional e a urgência do reconhecimento no setor. O terceiro capítulo examina a centralidade do social media na cultura digital, salientando sua função como mediador simbólico entre marcas e públicos, as práticas de escuta e mediação, bem como a lógica do trabalho imaterial e multitarefas. O quarto capítulo aborda os procedimentos metodológicos utilizados, descrevendo a abordagem qualitativa, a seleção dos participantes e a organização das entrevistas em profundidade. Por fim, o quinto capítulo apresenta a análise das entrevistas, estruturada em três eixos temáticos: dinâmicas de interação, desafios profissionais e estratégias de enfrentamento. Ao final, é incluído um infográfico de análise que sintetiza visualmente os principais resultados da pesquisa e reforça a importância de compreender a experiência de profissionais negros no campo da comunicação digital.

2 O PAPEL E A IMPORTÂNCIA DO *SOCIAL MEDIA* NO CENÁRIO DIGITAL

Com o crescimento das redes sociais e da criação do conteúdo digital, o papel das mídias sociais tornou-se crucial para marcas, organizações e influenciadores, assim como pontua Recuero (2011):

As redes sociais da Internet tornaram-se importantes instrumentos de mobilização, visibilidade e construção de capital social e simbólico para indivíduos, empresas e organizações (Recuero, 2011, p. 24).

Com base no pensamento da autora, podemos afirmar que as redes ganharam uma enorme proporção, fazendo com que surgisse a necessidade de uma nova profissão: *Social Media*, uma das profissões do futuro, potencializando ainda mais o seu crescimento após a pandemia de COVID-19, promovendo novas dinâmicas de interação e estratégias de reposicionamento no mundo digital. Entretanto, a presença e a representatividade de profissionais negros que trabalham nesse cenário trazem nuances importantes que merecem análise à luz de questões sociais, culturais e históricas. Em *Mundo Digital: uma análise da atuação dos profissionais de Social Media no mercado de trabalho digital*, Lencina (2021) analisa sobre a potencialização da profissão após a pandemia, e aborda sobre pontos que visam identificar as estratégias de atuação dos profissionais de *Social Media* no mercado de trabalho digital.

A autora pontua:

Destaca-se que a profissão *Social Media* começou a ser vislumbrada como uma das profissões do futuro em meados de 2008 – 2013 através da Revista Exame e que atualmente vive seu destaque. Porém, ainda deixa muitas incógnitas no que corresponde ao nome da profissão, formalização, bem como, sobre a forma de atuação destes profissionais (Lencina, 2021, p.3).

De acordo com a citação da autora, podemos concluir que o profissional contribui para a construção de narrativas mais diversas, autênticas e representativas, desafiando os padrões hegemônicos de comunicação digital, fazendo com que os eventuais profissionais consigam ter uma ampla visão do que é ser *Social Media*. Ao ocupar espaço visível, esse profissional tem impacto direto na forma como a comunidade é retratada nesse e em outros cenários, promovendo a valorização de identidades e culturas que há muito tempo são ignoradas ou estereotipadas. A profissão de *Social Media* tem se tornado cada vez mais comum, mas pode-se avaliar se há as mesmas oportunidades para as pessoas negras que atuam nessa profissão.

2.1 Representatividade e comunicação: construindo narrativas negras

Com o crescimento e consolidação da profissão de *social media*, observa-se também a permanência de desigualdades raciais no mercado, especialmente em relação à contratação de profissionais negros, o que evidencia o funcionamento do racismo estrutural nos espaços de trabalho. Como aponta Bento (2022), mesmo em ambientes que se autodeclaram inclusivos, práticas simbólicas de exclusão permanecem atuando de forma sutil e persistente. Djamila Ribeiro (2019) também enfatiza que o mercado não é neutro, e tende a privilegiar corpos e narrativas brancas, relegando os profissionais negros a posições de invisibilidade ou menor valorização. A presença desses profissionais nos ambientes digitais não é apenas uma questão de representatividade estética, mas de produção ativa de sentido e construção de discursos sobre si e sobre a coletividade a que pertencem. No campo da comunicação, a representação exerce um papel central, uma vez que as mídias funcionam como espaços de disputa simbólica e de legitimação de narrativas.

Segundo Djamila Ribeiro (2019), a sub-representação de pessoas negras em espaços de visibilidade é resultado de um processo histórico de exclusão sistemática, e não de uma ausência acidental. Essa constatação reforça a importância de repensar quem ocupa os espaços de fala e criação dentro das mídias sociais. Para os profissionais negros que atuam como *social media*, esse processo inclui a reivindicação de autonomia na construção de narrativas que se afastem dos estigmas historicamente atribuídos às populações negras nos meios de comunicação tradicionais, muitas vezes associados à violência, à subalternidade ou à marginalização.

Nesse sentido, as redes sociais se configuram como uma alternativa aos meios tradicionais, permitindo o surgimento de novas vozes, experiências e modos de existência digital. De acordo com Tarcízio Silva (2022), os ambientes digitais não são neutros e reproduzem, muitas vezes, as estruturas de exclusão presentes no mundo offline. O autor destaca que:

O desenvolvimento de tecnologias algorítmicas se alimenta do histórico social para oferecer uma pretensa inteligência artificial, que é comprometida com o patriarcado e o colonialismo. Mas essa desinteligência artificial, que atualiza opressões como o racismo estrutural, é vendida como neutra (Silva, 2022, p. 123).

Tal apontamento de Silva (2022), reforça a ideia de que os espaços digitais não operam de forma isolada nas estruturas sociais. Pelo contrário, eles atualizam e muitas vezes aprofundam

desigualdades que já existem no mundo físico. No caso de profissionais negros que atuam como *social media*, isso significa lidar não apenas com os desafios técnicos da profissão, mas também com as barreiras simbólicas impostas por um ambiente que, embora aparentemente democrático, ainda favorece determinados perfis e narrativas. Reconhecer essa lógica é essencial para compreender os limites e as potências da atuação negra nas mídias digitais.

O autor também destaca que as relações entre diferentes grupos sociais são influenciadas de maneira desigual a partir do equilíbrio (ou desequilíbrio) entre o conhecimento científico, as invenções tecnológicas e os objetivos que guiam sua aplicação, seja visando o lucro, seja o bem-estar social. Mesmo quando não há uma intenção explícita de exclusão, os impactos gerados por essas tecnologias sobre determinados grupos são concretos e, muitas vezes, desiguais (Silva, 2022).

2.2 O mercado digital e o racismo estrutural

Apesar do crescimento acelerado das comunicações digitais e das oportunidades apresentadas pelas mídias sociais, o mercado digital continua a refletir as desigualdades estruturais existentes na sociedade brasileira. O racismo estrutural, definido como um conjunto de práticas institucionais, históricas, culturais e interpessoais que prejudicam determinados grupos raciais, influencia diretamente a atuação de profissionais negros, inclusive nas redes sociais. Conforme aponta Ribeiro (2019), o racismo no Brasil é estrutural e se manifesta de maneira naturalizada nas relações sociais e profissionais, perpetuando desigualdades históricas. Tarcízio Silva (2020) também destaca que os ambientes digitais não são neutros e frequentemente reproduzem as mesmas lógicas excludentes do mundo offline. No contexto dos mercados digitais, essa exclusão se manifesta em menor visibilidade para criadores negros, dificuldade de acesso a financiamento, parcerias e redes, e falta de representação em grandes campanhas publicitárias. Mesmo que as redes sociais ofereçam a promessa de democratização, os algoritmos podem reproduzir vieses discriminatórios. Tarcízio Silva (2022) pontua que algoritmos são políticas racializadas, e que algoritmos e inteligência artificial são discutidos hoje de forma acalorada pelos mais diversos campos.

Para uma melhor compreensão, o autor no traz a seguinte reflexão:

Entretanto, algoritmos e inteligência artificial são discutidos hoje de forma acalorada pelos mais diversos campos, deixando-se de lado a historicidade de dinâmicas sociotecnológicas

e de práticas de incorporação material de poder que os antecedem. Como é habitual em um mundo acelerado que esquece – e apaga – histórias de acordo com os interesses hegemônicos, é preciso dar alguns passos atrás para se ver além. (Silva, 2022, online.)

Dessa forma, podemos afirmar que há necessidade de uma leitura crítica e contextual das tecnologias, especialmente no que se refere aos algoritmos e à inteligência artificial. Ao apontar para o apagamento das histórias e das dinâmicas sociotécnicas que moldaram essas ferramentas, o autor reforça que a compreensão do presente exige um retorno ao passado. Esse “dar alguns passos atrás” não é um retrocesso, mas um movimento estratégico para revelar como as tecnologias, longe de neutras, carregam valores, interesses e relações de poder historicamente construídas.

Em seu texto, Silva (2022) também nos leva a refletir sobre particularidades do racismo nos meios de comunicação digitais quando destaca:

Uma questão chave para pensarmos as particularidades do racismo nos meios de comunicação digitais é a relação entre pervasividade, de um lado, e o seu caráter aparentemente sutil e difuso, de outro. Afinal de contas, como abordar os modos pelos quais práticas racistas se materializam em bases de dados e conhecimento digital? Um mecanismo de busca pode ser racista? E como falar sobre estes casos de forma distinta tanto às injúrias racistas explícitas quanto aos níveis diretamente necropolíticos? (Silva, 2022, online).

A reflexão proposta por Silva (2022), aponta para a complexidade do racismo nas mídias digitais, que muitas vezes se manifesta de forma invisível e sistêmica. Diferente das agressões explícitas, que caracterizam o racismo direto, o ambiente digital abriga formas mais sutis de exclusão, muitas vezes naturalizadas pelos próprios sistemas. A pervasividade mencionada pelo autor diz respeito à presença constante e disseminada dessas práticas, que estão inseridas em algoritmos, bancos de dados e plataformas digitais. Essa dimensão torna o racismo mais difícil de identificar e combater, pois ele se apresenta mascarado sob lógicas técnicas e decisões automatizadas.

Já a menção à necropolítica, remete à forma como o poder decide quem vive e quem morre, aplicando-se aqui às dinâmicas digitais que, por meio da exclusão e invisibilidade, negam oportunidades e visibilidade a determinados corpos e identidades.

Nesse cenário, é fundamental compreender que ferramentas como mecanismos de busca, plataformas de redes sociais ou sistemas de recomendação não operam de maneira neutra. Ao contrário, essas tecnologias são alimentadas por dados históricos e sociais que, muitas vezes, reproduzem preconceitos e desigualdades raciais. Assim, o desafio está em reconhecer que a

própria arquitetura digital pode carregar e perpetuar práticas discriminatórias, mesmo sem intenção humana direta. Essa discussão se torna ainda mais urgente quando pensamos na atuação de *social medias* negros, que não apenas enfrentam essas barreiras estruturais, mas também precisam desenvolver estratégias para disputar narrativas e conquistar espaços de visibilidade em um ambiente que, por vezes, já os invisibiliza desde o código.

2.3 Desafios do *social media* negro em contextos periféricos e regionais

O trabalho de profissionais negros de mídias sociais em contextos marginalizados e fora dos grandes centros urbanos apresenta dificuldades específicas que ultrapassam as barreiras existentes no âmbito nacional. Em São Luís, esses profissionais podem ter uma preocupação adicional com possíveis condições precárias de trabalho, a falta de acesso digital e a invisibilidade regional, podendo assim, causar a sensação de insegurança na atuação. Uma das primeiras barreiras é a concentração de oportunidades educacionais e técnicas em grandes cidades do Sul e Sudeste. Por exemplo, São Paulo ainda é considerada uma referência no setor de marketing digital, o que dificulta a participação de profissionais do Nordeste em eventos, cursos presenciais, networking e acesso a potenciais oportunidades de crescimento.

Para se ter uma melhor noção sobre os dados estatísticos que representam a atuação desses profissionais por estado, podemos usar como exemplo, a pesquisa: “O Raio-x dos profissionais de mídias sociais no Brasil” foi organizada pelo trampos.co e pela Alma Beta para entender em que ponto estávamos em relação a profissão. Vale ressaltar que apesar de a pesquisa ter sido feita em 2014, já era possível notar uma grande diferença entre os estados quando se tratava de dominar o mercado da comunicação e do marketing, podemos notar ao analisar a Figura 1:

Figura 1: Quadro com percentual de *social media* nos estados do Brasil



Com isso, podemos afirmar que já no ano de 2014, São Paulo era grande referência quando se tratava de comunicação e marketing, e pode-se afirmar que, com o passar dos anos e com o aprimoramento das mídias digitais, o estado só potencializou a sua dominância no mercado, crescendo gradativamente a mão de obra em comparação ao quadro acima.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2021) afirma que as regiões Norte e Nordeste apresentam os maiores índices de exclusão digital do país, o que afeta diretamente o desempenho de profissionais que dependem de conectividade estável e dos mais modernos recursos tecnológicos para desempenhar suas funções. Em um nível simbólico, o estigma associado a ser nordestino e negro pode influenciar a maneira como esses profissionais são vistos e valorizados.

2.4 Estratégias de resistência e afirmação no ambiente digital

Podemos afirmar que o ambiente digital, apesar de ser marcado por desigualdades estruturais, também é um espaço de criação e resistência, assim, a comunicação nas redes sociais não é neutra: ela permite a circulação de vozes historicamente silenciadas e a construção de novas referências.

Segundo Axel Honneth (2003), o reconhecimento é uma necessidade humana fundamental, e sua ausência pode gerar sentimentos de invisibilidade e injustiça social. No caso dos *social media*, a falta de reconhecimento se manifesta tanto na forma simbólica como a ausência de créditos, convites para grandes projetos e referências na área, quanto na dimensão prática, com contratos instáveis, atrasos nos pagamentos ou remuneração abaixo do justo. Esses profissionais, muitas vezes, precisam reafirmar constantemente sua competência para conquistar o mínimo de credibilidade diante de clientes e parceiros.

Ao realizar captação de imagens, fazer planejamentos de postagens, criar roteiros e produzir calendários editoriais, esses profissionais além de executar uma função técnica, também realizam escolhas que serão um reflexo para a identidade, vivência e pertencimento. Cada elemento que compõem o conteúdo, a estética, o texto, o tom da fala, carrega intenções que ultrapassam o engajamento, visando muitas vezes apenas um melhor reconhecimento e valorização.

De forma prática, o *social media* precisa equilibrar sua criatividade, estratégia e sensibilidade. Ao produzir conteúdo para marcas ou projetos, pode-se deduzir que ele irá adaptar

linguagens, valorizar os símbolos locais, buscando representar as mais diversas realidades que nem sempre podem ter espaços em campanhas mais tradicionais. Portanto, esse cuidado na comunicação é uma forma de afirmação sutil, mas poderosa. Como pontua Djamila Ribeiro (2019), a construção de representatividade passa também pela ocupação dos espaços de produção simbólica, e, com base nisso podemos incluir quem cria, quem publica e quem aparece nas redes.

Além disso, o racismo estrutural contribui para manter uma lógica de exclusão, mesmo em ambientes digitais que, à primeira vista, parecem mais democráticos e acessíveis. A autora também destaca que não basta incluir pessoas negras nos espaços, é necessário garantir que elas possam permanecer e serem valorizadas por sua contribuição. Essa permanência está diretamente ligada ao reconhecimento de saberes, de trajetórias e da importância de vozes diversas na construção de narrativas digitais.

Por outro lado, o ambiente digital também oferece oportunidades de visibilidade e afirmação, desde que haja estrutura e suporte. O problema é que, para muitos profissionais negros, essas ferramentas são acessadas de forma desigual, seja por falta de formação técnica, rede de apoio ou por barreiras sociais e econômicas que dificultam o crescimento. Como aponta Raquel Recuero (2009), as redes sociais são formadas por laços que influenciam diretamente as oportunidades de circulação de conteúdos. Quando esses laços são enfraquecidos pela exclusão histórica, o acesso ao reconhecimento também se torna limitado.

Portanto, pensar nos desafios persistentes enfrentados por *social medias* negros é reconhecer que sua atuação ocorre dentro de um sistema que ainda marginaliza certas presenças, mesmo quando essas presenças se destacam. O reconhecimento não deve ser um privilégio concedido, mas uma prática estruturante para uma comunicação mais justa, diversa e equitativa. A autora nos traz uma reflexão que podemos idealizar no contexto atual quando pontua:

Não é suficiente falar em redes sociais na Internet levando em conta apenas os fatores estritamente tecnológicos da questão, ou seja, esquecendo das pessoas que interagem umas com as outras para concentrar-se sobre a mediação tecnológica. Do mesmo modo, entretanto, recusar-se a levar em conta a especificidade do suporte tecnológico é jogar fora a criança com a água do banho junto (Recuero, 2009, p. 12).

Podemos considerar que, com base no pensamento da autora, os *social medias* estão nesse viés de mediar o que é circulado na mídia e, para além disso, são também responsáveis por interpretar e organizar as interações que ocorrem nas redes. Mais do que simples executores de

postagens, esses profissionais atuam como articuladores de sentidos e estratégias comunicacionais, ajustando a linguagem, o tom e os formatos para tornar a mensagem relevante dentro de determinados contextos sociotécnicos. Assim, sua função não está apenas na técnica, mas na capacidade de conectar pessoas, narrativas e valores por meio da comunicação digital, o que torna seu papel ainda mais estratégico dentro da sociedade em rede.

2.5 Desvalorização e conflitos com clientes, empresas e eventos

Frequentemente, o trabalho do *social media* é caracterizado por relações profissionais marcadas pela desvalorização, informalidade e conflitos que ultrapassam aspectos técnicos. Essas circunstâncias não se limitam a “confusões” ou “desorganização do cliente”, mas evidenciam disparidades estruturais que impactam diretamente a maneira como esses profissionais são contratados, ouvidos e respeitados.

Além disso, observa-se a prática recorrente de acumular múltiplas funções por um único valor, por exemplo: roteirizar, gravar, editar, publicar e ainda monitorar os resultados. É comum que o *social media* atue em condições adversas, como a ausência de equipamentos adequados, falta de equipe de apoio, alimentação diferenciada (ou não fornecida) e pouca ou nenhuma visibilidade no produto final. Apesar do desempenho técnico e criativo, muitos são mantidos à margem dos processos decisórios, excluídos das etapas criativas e relegados a funções operacionais.

Para destacar esse pensamento, cabe pontuar que hooks (2020), aborda sobre o bombardeio diário de uma mente colonizadora em diversas áreas.

Somos bombardeados diariamente por uma mentalidade colonizadora — poucos de nós conseguimos escapar das mensagens oriundas de todas as áreas de nossa vida —, uma mentalidade que não somente molda consciências e ações, mas também fornece recompensas materiais para submissão e aquiescência que superam em muitos quaisquer ganhos materiais advindos da resistência, de modo que precisamos estar constantemente engajados em novas maneiras de pensar e de ser (Hooks, 2020, p. 57).

Soma-se ao pensamento de Hooks (2020), um aspecto psicológico igualmente danoso: a constante sensação de não pertencimento. Muitos influenciadores e profissionais negros relatam que, ao serem convidados para reuniões ou espaços considerados “mais sofisticados”, são recebidos com surpresa ou tratados com condescendência. Essa experiência subjetiva de ser “aceito, mas não

desejado” reforça a urgência da implementação de políticas e condutas antirracistas no mercado da comunicação.

2.6 Desafios persistentes e a urgência do reconhecimento

Os desafios que os *social medias* enfrentam não são casos isolados, nem resultado de uma simples desorganização do mercado local. Elas espelham um sistema de exclusão que persiste mesmo em contextos que parecem modernos e interligados, como as redes sociais e o marketing online. Invisibilidade, menosprezo, racismo e informalidade no ambiente de trabalho compõem um dia a dia caracterizado pela resistência.

No entanto, esses especialistas têm se destacado como protagonistas na criação de novas histórias. Ao criar conteúdo autêntico, denunciar práticas de racismo e recorrer a redes colaborativas, eles estabelecem não apenas táticas de sobrevivência, mas também de afirmação. O pleno reconhecimento deste trabalho exige alterações estruturais significativas, tanto na maneira como clientes, empresas e contratantes interagem com os prestadores de serviços, quanto na maneira como o mercado entende e aprecia a contribuição desses profissionais na comunicação. É imprescindível romper com práticas profundamente enraizadas de desvalorização, informalidade e exclusão simbólica, que ainda são predominantes em diversos setores.

Essas problemáticas enraizadas só dificultam ainda mais o avanço digital de alguns locais, visto que esses conflitos por parte do empregador podem gerar rupturas significativas nos avanços no digital, que poderiam ser eventualmente alcançados. Para dar mais ênfase, temos Recuero (2011) que destaca:

A competição pode, por exemplo, gerar cooperação entre os atores de uma determinada rede, no sentido de tentar suplantar os atores de outra. O conflito, de outro lado, pode gerar hostilidade, desgaste e ruptura da estrutura social. Muitas vezes, é associado à violência e à agressão. Para que exista a competição, não é necessário um antagonismo concreto, enquanto no conflito, sim (Recuero, 2009, p. 82).

Em seu texto sobre os estudos das redes sociais como elemento dinâmico, ela pontua sobre a cooperação dentro das redes, mas podemos usá-la como exemplo fora dela, que é onde tudo se constrói; ideias, pensamentos, construções de narrativas. Ao trazermos para uma perspectiva do *Social Media* e o contratante, essa cooperação pode corroborar bons frutos se ambos trabalharem

juntos, construindo pensamentos com o mesmo objetivo, para dar mais ênfase, cabe destacar que a autora também pontua:

De fato, as relações sociais podem ser constituídas de interações de natureza diversa. Entretanto, a diferenciação torna-se importante na medida em que auxilia a compreender os efeitos dessas interações sobre a estrutura de determinadas redes sociais. Não se pode, por exemplo, deduzir que não exista conflito em uma comunidade virtual. No entanto, é preciso que se compreenda que, para que a própria estrutura comunidade exista, a maioria das interações precisa ser cooperativa (Recuero, 2009, p.82).

Assim, seguindo o viés de pensamento de Recuero (2009), podemos considerar que é indispensável afirmar a diferenciação é um fator crucial que auxilia na melhor compreensão dos efeitos da interação, seja nas redes sociais ou no mundo real.

A reflexão que ela nos traz, é que para uma base de toda estrutura de comunidade, é necessário cooperação. E para que um *social media* possa trabalhar de forma fluida e eficaz, a comunicação é a base de toda a estrutura digital que se almeja construir para uma marca/negócio, necessitando uma escuta ativa do contratante ao profissional que irá cuidar das mídias, caso contrário, será inevitável a geração de conflito na base, causando assim um efeito negativo nos resultados.

Com base nas reflexões acima, podemos afirmar que com a colaboração positiva de ambos os lados, contratante e contratado, bons frutos serão colhidos eventualmente para todos, pois o *social media*, ao realizar um bom trabalho aumentando a visibilidade de seu cliente, irá potencialmente dar visibilidade ao seu trabalho produzido. Para corroborar melhor esse raciocínio Toigo (2021) pontua sobre a melhor forma de um *social media* vender e mostrar a qualidade dos seus serviços, é apresentar os seus cases de sucesso, fazendo com que tenha uma melhor presença digital em relação ao seu trabalho. Ela também dá destaque sobre a importância de ter conteúdos direcionados para alcançar determinados objetivos ao pontuar que:

Para atingir resultado, antes de tudo é preciso saber onde você quer chegar. Ser apenas um fazedor de post, sem objetivos, não leva a lugar algum. Por isso, é fundamental que você também elabore uma estratégia para o cliente e aproveite esse momento para aprofundar seu conhecimento, conhecer tendências, estudar o público-alvo, criar persona, entre outros. Enfim, elaborar o DNA do projeto. Esse pode ser um diferencial futuro que você vai oferecer quando for vender o serviço de *social media*. E temos um segredo para te contar: vender estratégia é muito mais lucrativo que o próprio serviço de criação de conteúdo. Um ponto que é importante deixar claro para esse primeiro cliente é que ele estará lhe auxiliando com sua formação. Seja franco e diga que você está entrando nessa nova área e que a empresa será como um estágio prático para que ele aplique tudo aquilo que vem aprendendo (Toigo, 2021, online.)

Portanto, sob uma análise do pensamento da autora, vale ressaltar a importância de ter um objetivo muito claro sobre o que deseja alcançar, tudo isso de forma alinhada ao cliente do *social media*, pois ambos, ao determinarem os objetivos, cabe ao *social media* investir em conhecimentos estratégicos que potencializem a presença digital de seu cliente.

3 A CENTRALIDADE DO *SOCIAL MEDIA* NA CULTURA DIGITAL

3.1 O *social media* como mediador simbólico entre marcas e públicos.

Para quem trabalha como *Social Media*, especialmente, planejar o conteúdo é quase sempre mais do que uma simples organização de postagens: é também um ato de resistência e de prova constante de competência. A criação de um calendário editorial bem estruturado ajuda a manter a coerência do trabalho e serve, inclusive, como uma forma de mostrar profissionalismo frente a clientes que, muitas vezes, ainda duvidam da capacidade técnica desses profissionais.

Desta forma, o profissional necessita buscar quais ferramentas podem facilitar o seu trabalho e uma precisão nas entregas para os clientes, além de aplicá-las em si mesmo. Em sua análise sobre a atuação do *Social Media*, Lencina (2021), pontua:

Assim como as empresas, marcas ou pessoas (clientes dos profissionais de *Social Media*), o próprio profissional necessita realizar os seus respectivos serviços consigo mesmo a fim de construir uma presença digital (Lencina, 2021, p. 8).

A autora destaca que o profissional de *Social Media* precisa aplicar a si mesmo as técnicas que oferece aos clientes, ou seja, construir uma presença digital estruturada e coerente. Ao organizar suas entregas, manter constância nas postagens e utilizar ferramentas como calendários editoriais, o *social media* demonstra profissionalismo e domínio da própria identidade digital, facilitando assim o seu trabalho durante as organizações e entregas.

Atualmente, segundo dados do Datareportal, são 5,4 bilhões de usuários ativos nas redes sociais, o que representa 62,3% da população mundial. Em janeiro de 2024, o Brasil contava com 144 milhões de usuários ativos em redes sociais, representando 66,3% da população total. Tendo em vista esses dados, é indispensável um profissional que esteja mediando essas redes, seja para filtrar o que vai ser reproduzido, seja para analisar o que está em alta, ou até mesmo surfar nessa onda de informações e tirar benefícios disso para gerar conteúdo que engaje para os seus respectivos clientes. Sob essa mesma linha de raciocínio, Lencina (2021) destaca:

Nesse cenário, torna-se fundamental um profissional específico que entenda das redes sociais, pense de forma estratégica e consiga aproximar a tríade existente entre os consumidores, seguidores e potenciais clientes (Lencina, 2021, p. 3.).

Em seu estudo, ela também pontua como a profissão de *Social Media* pode se formalizar e busca entender principalmente como ocorrem essas estratégias de venda e atuação do profissional. Com isso, podemos ver o quão grande a profissão pode se tornar, ainda mais nessa geração em que tudo se desenvolve e se transforma muito rápido. E para acompanhar esse desenvolvimento das redes sociais, esse profissional precisa estar antenado com quem consome, se tornando parte desse consumo também.

Em sua obra “Cultura da Convergência”, Jenkins (2009), destaca que:

A convergência não deve ser compreendida apenas como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Ela representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos e plataformas midiáticas dispersas, envolvendo uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros (Jenkins, 2009, p. 27).

O autor pontua que os meios de comunicação antigos e os atuais se fundem sob um contexto cultural, ou seja, é um processo que vai além da tecnologia, refletindo em mudanças industriais, culturais e sociais por meio de uma inteligência coletiva.

Sob essa mesma linha de raciocínio, Miskolci (2012), pontua sobre esse contexto de transformações que as novas mídias proporcionam na sociedade ao destacar:

Nesse contexto de transformação profunda e de consequências ainda incertas, as antigas teorias sobre o social precisam ser reavaliadas e atualizadas. Em especial, destaco o tema clássico da relação indivíduo-sociedade, já que agora as novas mídias permitem a criação – em rede – de comunidades de interesses, afinidades ou identidades que contrastam e até tensionam as historicamente constituídas de forma vertical pelas antigas mídias em acordo com interesses estatais e/ ou mercadológicos (Miskolci, 2012, p. 20).

Essa reflexão é fundamental para compreender como o trabalho do *social media* se insere nesse ambiente em constante transformação. Diferente das antigas estruturas de comunicação de massa, nas quais a mensagem era construída de forma vertical e centralizada, hoje o profissional precisa lidar com múltiplos discursos e sentidos que circulam em rede, em tempo real. Nesse contexto, ele não apenas produz conteúdo, mas atua como mediador de significados, interpretando os interesses e identidades do público com o qual interage. Assim, a escuta atenta, a adaptação de linguagem e a sensibilidade cultural se tornam estratégias indispensáveis para que a comunicação seja eficaz, ética e conectada com os novos formatos de sociabilidade digital.

3.2 A prática da escuta e da mediação como estratégia

O profissional que trabalha com as mídias digitais, deve estar ciente de que é indispensável a prática de uma escuta inteligente para poder ser um bom mediador do que se é circulado nos perfis os quais ele administra, pois é por lá que ele ajuda a construir uma ponte mais sólida entre o seu cliente com os clientes dele. Seguindo essa linha de raciocínio, cabe destacar o que Braga (2006) fala sobre a intervenção nas formas de circular sentido:

O comunicador é aquele que intervém nas formas de circular sentidos, para torná-las mais interativas, para provocar novas interações e para consolidar relações. [...] Mediar não é apenas transmitir, é interferir, dialogar com o contexto (Braga, 2006, p. 56).

O autor nos leva a refletir que mediar é mais do que publicar conteúdo, é saber ler o ambiente digital, ouvir, interpretar e propor algo que faça sentido naquela conversa. Portanto, o *Social Media* não apenas transmite algo sem nenhuma pretensão, ele busca dialogar de acordo com o cenário em que ele está vivenciando em sua prática profissional, visando conquistar quem está do outro lado da rede ou com algum outro objetivo específico.

No contexto da comunicação digital, especialmente na atuação dos profissionais que trabalham com as mídias, escutar vai muito além de apenas "ver o que o público está dizendo". Trata-se de uma escuta estratégica, ativa, que permite interpretar sentimentos, necessidades e comportamentos para construir uma relação mais verdadeira entre marca e audiência. Essa capacidade de escutar com atenção e sensibilidade é o que transforma o trabalho em algo mais profundo do que simplesmente publicar conteúdos. Sobre isso, Almeida (2014) afirma:

Para além de mais uma ferramenta ao lado de tantas outras da mediação, a 'Escuta Ativa' tem o poder transformador de aproximar pessoas, conectando-as com sua natureza compassiva, provocando verdadeiramente uma mudança na qualidade da relação e o restabelecimento da comunicação entre elas, e, por consequência, gerando oportunidades de construir um acordo que atenda aos interesses e necessidades de ambos os mediando (Almeida, 2014, p. 125).

Com base nessa linha de raciocínio da autora, podemos afirmar que o *Social Media* não só atende demandas ou responder comentários, mas busca compreender os sentidos por trás das interações, acolher as críticas, perceber padrões de comportamento e a partir disso, cria estratégias de conteúdos mais específicas de acordo com os valores da marca na qual ele está oferecendo o seu serviço, aproximando o público.

Dentro da comunicação digital, é importante estar atento ao que se é interpretado e sobre a mensagem que o profissional deseja passar ao público, para que não fiquem pontas soltas e sem objetivos, pois quando um conteúdo é mais direcionado, certamente ele terá bons resultados.

Podemos resumir a ideia de que o sentido da comunicação não está apenas na intenção de quem emite, mas na forma como o público interpreta a mensagem. Assim como pontua Martín-Barbero (2001):

A questão hoje não é o que a mídia faz com as pessoas, mas o que as pessoas fazem com a mídia (Martín-Barbero, 2001, p. 271).

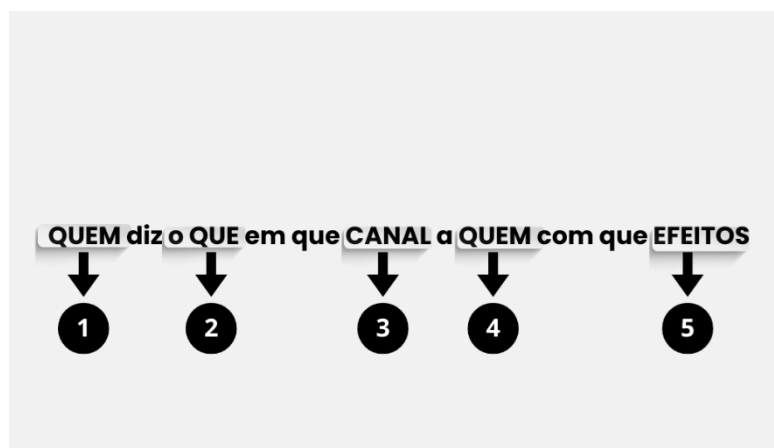
Sob a mesma linha de raciocínio do autor, ao considerarmos o contexto atual de uma forma mais técnica quando falamos sobre o *Social Media*, podemos afirmar que, para alcançar resultados, o conteúdo gerado dentro dessas mídias precisa ser direcionado, pensado estrategicamente e em diálogo com quem vai recebê-lo.

Ainda nessa perspectiva sobre o que é pautado na internet para o público discutir, podemos utilizar como ferramenta de embasamento a teoria de Gatekeeper (Guardião do Portão), que foi formulada inicialmente por Kurt Lewin (1947), e depois aplicada ao jornalismo por David Manning White (1950), que analisou como editores escolhem quais notícias entram ou não no jornal.

Podemos considerar que no mundo digital, a partir destas reflexões, que o *Social Media* pode ser um Gatekeeper com um foco direcionado para um propósito: potencializar a visibilidade das marcas. Um exemplo disso são conteúdos sobre roupas, pois quando o *social media* escolhe dar destaque a um *look*, a um produto de beleza ou a um estilo de vida, ele está selecionando aquilo que será “notado” pelo público, e isso influencia o comportamento das pessoas.

Seguindo esse mesmo pensamento, Harold Laswell, professor da Universidade de Michigan, nos Estados Unidos na década de 30, elaborou uma estratégia simples complementando uma elaboração aristotélica em cinco estratégias, na qual podemos associar aos dias atuais quando falamos das mídias, como ilustra a Figura abaixo:

Figura 2: Quadro demonstrativo sobre a complementação aristotélica



Fonte: Produzido pelo autor (2025).

O quadro nos mostra a ideia do autor, produzida de forma complementar a elaboração aristotélica, no qual a ideia é basicamente descrever o processo comunicacional por meio desses cinco elementos: quem (remetente), diz o quê (mensagem), em qual canal (meio), para quem (receptor) e com que efeito (impacto). O modelo também é conhecido como o paradigma dos 5QS, que busca entender a dinâmica da comunicação analisando esses componentes cruciais.

Ele pontua que:

Uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às perguntas seguintes: quem – diz o quê – por meio de que canal – para quem – com que efeito. O estudo científico da comunicação tende a concentrar-se numa dessas interrogações (Lasswell *apud* Wolf, 1999: 29).

Obviamente os estudos que têm a Comunicação como campo científico ou como objeto, tornaram-se muito mais complexos e imprevisíveis do que supõe a Teoria do Gatekeeper e o esquema de Lasswell. Ainda assim, é possível trazê-los para a contemporaneidade e conjugá-los com outras teorias e hipóteses para responder perguntas de pesquisas específicas. Deste modo, conseguimos associar ao pensamento de Lasswell, que o *Social Media* poderá potencializar os seus resultados se incorporar essa dinâmica como um dos muitos fatores a orientá-lo frente aos meios de comunicação digital, nos quais ele irá atuar, fazendo com que tenha uma noção mais transparente dos objetivos que deseja alcançar.

3.3 O trabalho imaterial e a lógica da multitarefa

Trabalhar como *Social Media* vai muito além de tarefas operacionais e mecânicas, assim como pontua Lazzarato (1996), um trabalho imaterial exige todo um universo, envolvendo criação simbólica, gestão emocional, produção afetiva e intelectual, mas também não se restringe a isso.

O autor também defende que:

O trabalho imaterial não se limita a uma atividade puramente intelectual; ele inclui a produção de conteúdos simbólicos, informações e conhecimentos que têm uma dimensão afetiva e comunicativa. Envolve não só o desenvolvimento de ideias, mas também a criação de vínculos sociais e subjetividades, integrando aspectos culturais, linguísticos e relacionais. Esse tipo de trabalho é fundamental para a dinâmica do capitalismo cognitivo, que valoriza cada vez mais a capacidade de inovar, comunicar e gerar sentido (Lazzarato, 1996, p. 136).

Outrossim, Lazzarato explica que o trabalho imaterial exige atenção constante, flexibilidade, criatividade e envolvimento afetivo. Ou seja, o corpo pode até não estar em esforço físico, mas a mente e o emocional estão o tempo todo em estado de alerta. Para o *social media*, isso se traduz em:

- Responder clientes fora do horário;
- Acompanhar tendências com atualizações contínuas;
- Pensar criativamente mesmo sob pressão.

Outro ponto que Lazzarato (1996) traz é que o valor do trabalho imaterial não é facilmente medido em tempo ou produto, como num serviço físico (por exemplo cortar cabelo, fazer uma entrega). Isso dificulta que o *social media* tenha seus preços respeitados: um post pode levar 10 minutos pra ser feito, mas 3 horas de pesquisa, atenção a tendências, branding e construção estética.

Essa discussão sobre o valor do trabalho imaterial também se relaciona com reflexões clássicas sobre a comunicação. Aristóteles, em sua obra *Retórica*, já destacava que toda mensagem eficaz precisa considerar três elementos: **ethos** (credibilidade de quem fala), **pathos** (emoção que se quer despertar) e **logos** (argumento racional). No trabalho do *social media*, esses três aspectos são constantemente mobilizados para gerar engajamento, atrair o público e construir autoridade para a marca. Ainda que muitas vezes não seja reconhecido como um esforço intelectual, esse processo envolve planejamento, estratégia e sensibilidade, o que reforça a complexidade e o valor simbólico dessa atuação.

Sobre a retórica, o filósofo pontua: “A retórica pode ser definida como a faculdade de descobrir, em cada caso, os meios disponíveis de persuasão” (Aristóteles, 2005, p. 35). Essa definição se aplica de forma muito precisa ao trabalho do *social media*, que precisa, diariamente, identificar quais linguagens, abordagens e formatos serão mais eficazes para alcançar o público desejado. Não se trata apenas de criar conteúdo visualmente agradável, mas de escolher conscientemente as palavras, os símbolos, os tons e até os silêncios, tudo isso com o objetivo de gerar conexão, engajamento ou desejo. Assim como na retórica clássica, o *social media* atua no campo da estratégia discursiva, adaptando a mensagem conforme o contexto, o canal e o tipo de audiência. Isso exige não apenas domínio técnico, mas também sensibilidade cultural e percepção

social, pois a mesma mensagem pode ter efeitos completamente diferentes dependendo de como e para quem é comunicada.

Diante de tantas funções acumuladas, pressões estéticas, emocionais e raciais, é possível afirmar que o trabalho do *social media*, especialmente o profissional negro, vai além da dimensão técnica. Ele atua como articulador de narrativas, construtor de identidade de marca e gestor de interações simbólicas em ambientes altamente dinâmicos. Como aponta Recuero (2009), as redes sociais são formadas por laços sociais que atribuem valor às informações compartilhadas, sendo a reputação, a visibilidade e a confiança elementos fundamentais nesse processo. Nesse sentido, o *social media* não apenas distribui conteúdos: ele negocia sentidos, organiza interações e ativa vínculos. Mesmo diante da invisibilização, esses profissionais seguem construindo relevância através de sua presença constante, criatividade e capacidade de compreender o fluxo das redes. A autora também destaca que:

Uma das grandes mudanças causadas pela Internet está no fato de que a reputação é mais facilmente construída através de um maior controle sobre as impressões que são emitidas e dadas pelos atores. Ou seja, as redes sociais na Internet são extremamente efetivas para a construção de reputação (Recuero, 2009, p. 110).

Essa ideia reforça que, no trabalho do *social media*, especialmente no contexto da lógica imaterial e da multitarefa, parte essencial do valor produzido está na gestão da reputação, na curadoria de impressões e na construção de confiança mútua entre marcas, públicos e criadores. Essa construção simbólica que se apoia em interações, conteúdos, imagens e linguagem demanda tempo, sensibilidade, estratégia e atenção constante, especialmente para profissionais que precisam disputá-la em um mercado desigual.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, uma vez que busca compreender experiências, significados e práticas construídas socialmente por profissionais negros que atuam como *Social Media* na cidade de São Luís - MA. A pesquisa qualitativa permite investigar realidades subjetivas e relações sociais complexas, o que é essencial para compreender como questões raciais interferem na vivência profissional desses sujeitos em ambientes digitais e urbanos periféricos.

De acordo com Bauer e Gaskell (2002), a pesquisa qualitativa está interessada nos processos simbólicos, nas relações e nos significados atribuídos pelos indivíduos à sua experiência no mundo. Para os autores:

A pesquisa qualitativa tem por objetivo compreender os significados das ações e das relações sociais. Ela busca captar os processos sociais na sua complexidade, interpretando o ponto de vista dos atores envolvidos. O pesquisador qualitativo reconhece que o mundo social é construído pelas práticas, pelas linguagens e pelas interpretações dos indivíduos. Por isso, a ênfase recai sobre a compreensão dos fenômenos em seus contextos naturais, levando em conta a subjetividade, as histórias de vida, os discursos e as relações sociais nas quais estão inseridos (Bauer; Gaskell, 2002, p. 21).

Assim, com base nos estudos dos autores, essa abordagem oferece subsídios teóricos e metodológicos para uma análise mais profunda dos contextos sociais, profissionais e raciais que envolvem os participantes deste estudo, que relatam suas vivências nesse mercado.

As entrevistas ocorreram todas via Whatsapp, garantindo conforto, privacidade e consentimento para gravação em áudio. Posteriormente, os áudios foram transcritos integralmente para análise textual. Os critérios de seleção dos participantes consideraram: (1) serem profissionais atuantes na área de mídias sociais e criação de conteúdo digital; (2) se autodeclararem negros (pretos ou pardos); (3) possuírem atuação comprovada ou experiência significativa na cidade de São Luís – MA; e (4) estarem dispostos a compartilhar experiências relacionadas a desafios profissionais, racialidade e estratégias de enfrentamento em seu cotidiano de trabalho.

Além dos estudos bibliográficos, desenvolvidos nos capítulos anteriores, esta investigação utiliza como principal técnica de coleta de dados a entrevista em profundidade, por sua capacidade de acessar narrativas detalhadas, reflexões pessoais e dinâmicas subjetivas. Ainda segundo Bauer (2002), a entrevista científica é um procedimento que visa gerar conhecimento a partir da escuta sistematizada de sujeitos sobre temas específicos, com foco na compreensão e não apenas na coleta

de opiniões isoladas. Portanto, o intuito desta pesquisa, além de mostrar os desafios, estratégias e dinâmicas de interação, é também de potencializar os conhecimentos sobre essa área que tanto cresce no mundo atualmente, tendo em vista o crescimento desenfreado do mercado e da presença de muitas marcas no digital.

Ao observar a escassez de produções acadêmicas que abordem diretamente o tema em questão, esta pesquisa optou por aprofundar a análise nas dinâmicas de interação, nas estratégias adotadas e na forma como o profissional de *social media* negro se posiciona e atua na contemporaneidade, com embasamento teórico-metodológico de materiais encontrados nos repositórios acadêmicos, como o Google Acadêmico, portal de periódicos CAPES e Scielo.

Para uma compreensão mais aprofundada sobre uma pesquisa qualitativa, os autores Bauer e Gaskell também destacam que:

A pesquisa qualitativa preocupa-se com o significado, isto é, com a maneira como as pessoas fazem sentido de suas vidas, experiências e estruturas sociais. Ela não busca a generalização estatística, mas a compreensão profunda dos processos e contextos sociais nos quais os fenômenos ocorrem. Nesse tipo de investigação, o pesquisador entra em contato direto com os sujeitos, reconhecendo a complexidade das suas falas, trajetórias e percepções. O foco está na construção compartilhada do conhecimento, baseada no diálogo, na escuta atenta e no respeito às singularidades dos participantes (Bauer; Gaskell, 2002, p. 21).

Com base no destaque dos autores, afirma-se que esta pesquisa preocupa-se também com o significado do que é ser *Social Media*, relatando as dinâmicas que esses profissionais utilizam para realizar os seus trabalhos, pontuando os seus objetivos, com base no que é atual e recorrente no mercado digital, trazendo sentido para a profissão e inspirando novos profissionais através de suas experiências.

E assim, a pesquisa se concretiza como qualitativa pelo fato de o autor estar em contato direto com os sujeitos em tese: *Social Medias* negros na cidade de São Luís. Visando compreender a complexidade de forma aprofundada desses processos em diversos contextos sociais, através de suas falas, realizando uma escuta ativa e com o objetivo claro de compreensão de como são essas realidades alternativas.

4.1 Respondentes da pesquisa

Portanto, para responder as perguntas do de pesquisa, com uma abordagem qualitativa para além de estudos bibliográficos já realizados nos capítulos anteriores, foram realizadas entrevistas

em profundidade com 3 participantes representados por codinomes para preservar sua identidade, sendo eles representados por X, Y e Z, e que atuam na área da comunicação (profissionais negros, social media e voluntários respondentes)¹. As entrevistas foram feitas através de coleta de áudios via WhatsApp, todos passados por um processo de transcrição de áudios, e o recolhimento foi realizado por meio do envio da tabela de perguntas apresentada no Quadro 1 logo a baixo, o que permitiu certa flexibilidade na condução da conversa, respeitando o ritmo e o repertório dos(as) entrevistados(as).

Com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre as experiências profissionais de *social medias* negros em São Luís, as entrevistas foram organizadas a partir de três eixos temáticos centrais: dinâmicas de interação, desafios profissionais e estratégias de enfrentamento. Cada eixo orienta um conjunto de perguntas que buscam revelar como esses profissionais vivenciam o exercício de suas funções, especialmente quando atravessados por questões raciais. O eixo das dinâmicas de interação visa investigar como ocorrem os relacionamentos com clientes e empresas, e se fatores como aparência, fala ou origem impactam essa relação. O eixo dos desafios profissionais busca identificar os principais obstáculos enfrentados na rotina de trabalho, incluindo casos de desvalorização ou ambientes discriminatórios. Por fim, o eixo das estratégias e enfrentamentos propõe compreender as formas que os entrevistados desenvolvem para lidar com essas situações, bem como o papel da coletividade e do pertencimento em suas práticas profissionais. Essa organização permite uma escuta mais direcionada, sem engessar o diálogo, respeitando o caráter flexível das entrevistas em profundidade.

¹A escolha dos entrevistados se deu com base na inspiração que tenho desses profissionais, que todos os dias lutam por um espaço digno e acolhedor na profissão de *Social Media*, enfrentando dificuldades que atravessam a racialidade e suas realidades, portanto, essa pesquisa também tem o intuito de demonstrar como os profissionais pretos conseguem se destacar no mercado digital com poucos recursos, mostrando que é possível superar as limitações impostas dentro de suas realidades.

Quadro 1: Roteiro de perguntas para entrevista em profundidade

Eixo Temático	Perguntas
1 - Dinâmicas de interação	Como é no seu dia a dia, o contato com clientes ou empresas?
	Já sentiu que sua aparência, fala ou origem influenciaram a forma como você foi tratado(a)?
	Você já foi substituído(a) por alguém em algum trabalho? Acredita que a sua racialidade foi um fator para a substituição?
2 - Desafios profissionais	Quais são os maiores obstáculos que você enfrenta como <i>social media</i> ?
	Alguma vez teve seu trabalho desvalorizado mesmo entregando o mesmo que outros colegas?
	Já deixou de aceitar trabalho por perceber um ambiente desconfortável ou discriminatório?
3 - Estratégias e enfrentamentos	Quais formas você encontrou para lidar com essas situações?
	Existe alguma rede de apoio com outros profissionais?
	Você sente que, ao produzir conteúdo, está também representando uma vivência coletiva?

Fonte: elaborado pelo autor (2025).

Ratifica-se, portanto, a importância da escolha metodológica empregada neste estudo, que se fundamenta na escuta direta de profissionais negros atuantes como *social media* em São Luís – MA. Mais do que um procedimento técnico de coleta de dados, as entrevistas em profundidade desempenham aqui uma função política e epistemológica: a de reconhecer nos próprios sujeitos racializados a legitimidade para relatar suas experiências, estratégias e desafios. Essa abordagem está em consonância com princípios fundamentais dos estudos sobre inclusão e acessibilidade, especialmente o lema "nada sobre nós, sem nós", que clama por uma participação ativa dos sujeitos historicamente marginalizados nos processos que afetam suas vidas. Portanto, ouvir esses

profissionais não é apenas um ato metodológico, mas também uma forma de humanizar o debate sobre desigualdades raciais no mercado digital e de contribuir para uma produção de conhecimento mais justa, plural e contextualizada.

5 ENTREVISTAS E ANÁLISE DOS CONTEÚDOS PRODUZIDOS

Neste capítulo, vamos analisar o material coletado através de entrevistas em profundidade com profissionais negros que trabalham como *social media* em São Luís (MA). A ideia é entender, a partir de uma escuta atenta e sensível, como a questão racial influencia as dinâmicas de trabalho, os desafios que esses profissionais enfrentam e as estratégias que eles desenvolvem no dia a dia. A análise foi estruturada em três tópicos principais: interação, desafios profissionais e estratégias de superação, baseando-se nos temas que apareceram com mais frequência nas histórias contadas. Como optamos por uma abordagem qualitativa e contextual, conseguimos destacar as particularidades de cada trajetória, ao mesmo tempo que revelamos padrões comuns de exclusão, resistência e criatividade. Portanto, este capítulo não só organiza os dados coletados, mas também os conecta com as teorias discutidas anteriormente, ajudando a promover uma reflexão crítica que busca construir narrativas mais diversas no campo da comunicação.

5.1 Eixo temático – 1 - Dinâmicas de interação

Entrevistada n 1º

Pergunta 1: Como é no seu dia a dia, o contato com clientes ou empresas?

Resposta da entrevistada X (mulher preta LGBT, profissional de relações públicas e *Social Media*).

“No dia a dia, eu costumo usar algumas plataformas, como o Trello, o Meta, que são plataformas que costumam me auxiliar ali nesse gerenciamento de rede. E além disso, o primeiro passo do meu processo criativo todo, é usar o papel. Então, eu esboço, eu desenho, como que eu quero as cenas. E aí eu tô sempre usando o papel ali pra basicamente tudo durante o meu dia, agenda, planner, enfim. Tudo que for físico, eu adoro fazer. Antes de passar pra outras etapas de criação. E aí, durante o carnaval, o São João, que são datas, assim, que tem mais efervescência na cidade, né? Na cidade como um todo. É a época também que eu costumo ter mais trabalhos, porque eu trabalho pra grupos culturais e também tenho outros clientes pra além disso, mas assim, são épocas que eu tenho muito mais produção pra fazer. E também é muito mais cansativo, mas também é muito prazeroso ver os trabalhos finais aí na rua rodando, né?”

Pergunta 2: Já sentiu que sua aparência, fala ou origem influenciaram a forma como você foi tratado(a)?

Resposta da entrevistada X:

“E aí essa outra pergunta que tu me fez sobre essa questão de identidade, pertencimento, aparência, origem, são coisas que eu sempre me faço, me pergunto muito, né? Que eu sempre fico me questionando. Porque eu sou uma mulher negra que mora no bairro periférico e que me relaciono com uma outra mulher negra, e aí a gente sempre conversa muito, eu e ela, né, que em certos trabalhos eu preciso esconder que minha namorada vai me buscar, então tipo, eu não posso mencionar sobre ela ou não posso levar ela, mesmo que seja uma confraternização de trabalho, justamente porque é como se fosse minha vida paralela aquilo ali, não existe. Mas um dos pontos que eu destaco é que a minha vida pessoal e a minha vida profissional sempre são coisas que eu gosto muito de deixar, sempre gostei de deixar muito separadas, até porque a vida no off é muito mais gostosa, né? Só que nem sempre a gente consegue fazer essa separação, por exemplo, um perfil profissional eu optei por não criar um perfil só pra isso, né? Um perfil mesmo profissional, deixar mesmo o meu perfil pessoal e conseguir fazer, manter esse feeling, né, essa linha de tudo que eu vou postar, até porque eu nunca fui uma pessoa que postava, assim, adoidada. Eu sempre tive esse cuidado sobre a forma com que as pessoas vão me ver, até porque o meu cabelo, ele chega primeiro que eu, a minha cor chega primeiro que eu, então sempre tenho que estar muito bem vestida, estar muito bem arrumada, falar muito bem, me relacionar muito bem, porque senão acaba que eu não consigo trabalhos, eu fico pra trás. E ter também sempre esse cuidado com o que eu vou falar da minha vida pessoal, porque isso acaba que também afasta e assusta muitas pessoas. E sou graduanda em Relações Públicas, e eu adoro essa comunicação mais formal, mais institucional, adoro um terninho. E aí, então, acho que também isso já fazia parte do meu mundo, mas para entender muito mais que a forma com que meu cabelo está organizado, né, que é literalmente isso, preciso organizá-lo para que ele seja socialmente aceitável, assim como as minhas roupas, enfim, como tudo que eu vou comunicar é na minha aparência, não posso usar acessórios que pareçam que eu sou negra demais para não ficar assim tão destoante, né, nos espaços também, né, isso também é uma coisa que eu presto muita atenção.

Pergunta 3: Você já foi substituído(a) por alguém em algum trabalho? Acredita que a sua racialidade foi um fator para a substituição?

“Acho que isso é uma coisa que sempre vai acontecer. Isso também não quer dizer que eu me sinta menos por isso. No começo, eu já me senti muito inferior, primeiro, por ser negra e não ter começado com condição para estruturar o meu trabalho, porque viver de audiovisual é muito caro. Então, não tinha como pedir pros meus pais ou pros meus irmãos essa estrutura inicial. Sempre tive que trabalhar bem mais para conseguir fazer do pouco o muito. Que, assim, ainda não é muito, mas, para onde eu tô hoje, é muita coisa. Porque eu só tenho 22 anos. Então, são grandes passos. De pouquinho em pouquinho, a gente vai enchendo o papo. Ao longo dessa caminhada, tenho percebido que venho entrando em contato com algumas pessoas que fazem parte do meio do audiovisual. E é como se fosse para além da minha cor. Além de eu ser uma mulher negra, percebo que, quando você não tem certos equipamentos para estar naquele espaço, você já é considerado inferior. Essa questão de ter o equipamento, de ter alguma estrutura, somada ao fato de ser negra, são dois pesos bem grandes. Quando a gente chega nos espaços, a primeira leitura que as pessoas fazem é essa: você é negra, já não faz parte, porque é muita gente branca. E, se você não tem aquele equipamento melhorzinho para trabalhar, está em desvantagem ainda maior. Essa é a realidade de muita gente preta.”

5.2 Eixo temático - 2 - Desafios profissionais

Pergunta 1: Quais são os maiores obstáculos que você enfrenta como *social media*?

Resposta entrevistada X:

“Pois é, e agora vamos aos desafios profissionais. Mais uma vez, a gente está falando sobre identidade de gênero: por ser mulher, por ser LGBT, por ser preta e por ser periférica. Esse é um dos principais desafios que eu encontro na profissão que escolhi para a minha vida, pelo menos para essa fase da minha vida. Não sei como será daqui para frente.

Além disso, a gente também enfrenta desafios quanto a equipamentos mesmo, sabe? E, dentro disso, destaco que, recentemente, eu estava fazendo a produção de um evento. Sou coordenadora de comunicação do grupo (nome ocultado para preservar o anonimato da entrevistada) que, na verdade, é a mesma equipe estruturante e outro grupo profissional. Era um projeto chamado (nome ocultado), e eu tinha uma captação para fazer para esse documentário, lá no local x, e precisava entrevistar uma pessoa. Eu não a conhecia pessoalmente, só tinha conversado por mensagem.

Acertamos as datas, os horários, tudo certo. Cheguei lá no horário combinado, mas fiquei esperando na porta porque ela estava em uma palestra dentro do auditório. Esperei do lado de fora, pois o auditório estava muito cheio. Durante esse tempo, seguimos trocando mensagens, ela avisou que já estava terminando, e eu continuei esperando tranquilamente. Eu precisava das imagens, então era importante ser solícita e entender também que era o trabalho dela, que ela estava ocupada e com outras demandas. Quando ela saiu, eu não vi a mensagem no WhatsApp. Só a conhecia por mensagem, então não reconheci de imediato. Ela saiu andando, e muitas pessoas estavam saindo também, cerca de quatro mulheres. Ela seguiu caminhando e entrou no corredor lateral. Eu conseguia vê-la, pois era um espaço aberto, vazado. Disse para ela: "Oi, querida, eu tô aqui sentada na cadeira lá de fora, no histórico, perto do coffee break. As meninas também estão fazendo a feira, então eu tô bem central. A porta de entrada e saída é só uma, e eu estou sentada." Ela respondeu: "Não, não, tô te encontrando, tô te encontrando." Eu já comecei a entender, porque ela voltou e ficou parada no começo do corredor onde eu estava. Ela estava no corredor lateral, voltou e ficou ali, olhando em volta, procurando. E eu já comecei a entender tudo naquele momento. Fiquei chocada, porque racismo é coisa de louco. Eu falei: "Não, não..." Eu vi que ela estava conversando ao telefone, que tinha me ligado. Falei: "Vou até você, tá bom?" Aí eu peguei e fui me aproximando, e ela foi mudando a feição, assim, tipo surpresa. E então ela soltou aquela fala infeliz, dizendo: "Nossa, mas eu não achava que era você, porque você não tem perfil de quem trabalha com isso." Até hoje eu me pergunto como é que eu não tive reação. Fiquei extasiada, porque ela é uma juíza. Ela dizendo que era PHD, que era pós-doutora, mas, cara, isso é o mínimo, sabe? O mínimo que a gente espera das pessoas é humanidade. E ela me fez essa fala infeliz dentro de um espaço de acolhimento para várias mulheres. Então imagina como não deve ser o dia a dia ali dentro, sabe?"

Pergunta 2: Alguma vez teve seu trabalho desvalorizado mesmo entregando o mesmo que outros colegas?

Resposta:

Eu acho que é impossível, tanto para mim, quanto uma mulher racializada, quanto para outras pessoas brancas que estão começando — não sentirem que seu trabalho está sendo minimizado. Seja pelos valores, pelo portfólio ou por não estarem relacionadas a pessoas que se dizem “grandes” (entre aspas) no meio. Acho que essa é a primeira vez, fazendo esse exercício de relembrar, que percebo claramente quando senti meu trabalho sendo desvalorizado. Na verdade, acho que foram

duas vezes: A primeira foi quando fui fazer a cobertura de uma festa. Eu também trabalho com fotografia em eventos. No final do evento, a mulher disse que não queria me pagar, porque eu tinha comentado que era o meu primeiro trabalho. Ela queria me pagar só metade do valor que a gente tinha combinado. Isso foi um caos, que conseguimos resolver — com muito estresse da minha parte — mas foi resolvido.

A segunda vez foi quando participei de uma capacitação, e a pessoa que estava ministrando era meio que o "guru" da área da comunicação — coach mesmo. E ele literalmente tinha aquele discurso bem típico de coach. E aí, ele sempre falava que não era da área da comunicação, que vinha de outra área, mas enfatizava que qualquer pessoa, de qualquer outra formação, pode entrar na comunicação e produzir conteúdo. Com isso, todo mundo saía de lá com a ideia de que não é necessário se profissionalizar, não é preciso estudar comunicação, fazer um curso técnico, uma graduação, ou sequer um curso online. A única coisa que importava era saber dominar uma plataforma — seja de edição, seja de captação. Enfim, bastava apenas entregar o material. E como ele mesmo dizia: "o básico bem feito." Acho que foi nesse momento que acendeu uma luzinha na minha cabeça. Eu pensei: não, peraí... tem alguma coisa errada aqui. Isso aqui não tá certo."

Pergunta 3: Já deixou de aceitar trabalho por perceber um ambiente desconfortável ou discriminatório?

Resposta: "Eu acho que, hoje em dia, eu me poupo muito de estar em lugares que não me cabem. Não vejo por que me diminuir para caber em um espaço, se eu posso ser muito grande. Tenho desenvolvido muito mais essa consciência. Foi muito trabalho terapêutico que precisei passar, porque costumo me cobrar muito. Eu espero que meu trabalho sempre saia da melhor forma possível — às vezes até de forma impossível — mas que esse impossível transforme o trabalho em algo excelente, brilhante, entregue com muito profissionalismo, e que o cliente final goste do resultado. Então, hoje eu me poupo muito de passar por certas situações. Mas, claro, vez ou outra a gente acaba se esbarrando com alguma situação ou contratante que solta uma frase discriminatória. Tanto que agora mesmo eu trabalho também como freelancer para uma agência. E a pessoa que coordena a comunicação, uma senhora do Direito — que, inclusive, não entende nada de comunicação — é quem decide quais postagens foram entregues, quais não foram, faz toda essa coordenação. E, vez ou outra, ela solta uma piadinha racista. Hoje, eu já estou numa posição em que não faço mais questão de educar. Porque, em pleno 2025, todo mundo consegue acessar esse

tipo de informação de forma muito rápida e prática. Por que ela não consegue? Não saber o básico sobre humanidade, sobre racismo, sobre respeito... não sou eu que tenho que ocupar esse papel de educadora.”

5.3 Eixo temático – 3 – Estratégias e enfrentamentos

Pergunta 1: Quais formas você encontrou para lidar com essas situações?

“Sobre essa questão de se julgar inferior, se sentir incapaz, ou achar que eu tenho menos chance do que outras pessoas, eu acho que da minha capacidade eu não tenho dúvida nenhuma de que consigo realizar coisas que talvez eu nem possa imaginar. Até porque, pra mim, o impossível é sempre possível. Eu sou muito teimosa. Então, quando eu coloco uma coisa na minha cabeça, aquela coisa vai acontecer do jeito que eu planejei. Na verdade, não exatamente do jeito que eu planejei, mas o produto final vai sair perfeito, impecável. Mas é impossível, às vezes, não duvidar da minha capacidade, não me sentir inferior, incapaz. Até porque a gente vive num país extremamente racista. Então, diariamente, passamos por situações que fazem a gente duvidar de muitas coisas, inclusive de nós mesmas. É um processo diário de reflexão e também de parar pra ver o que está acontecendo à volta. Escuta também, às vezes, escuta minha mesmo, parar, porque é uma rotina muito intensa que acaba fazendo com que a gente não consiga também perceber, se perceber, se autorregular. Então, acho que são processos que eu preciso passar diariamente. Tento ao máximo não me sentir inferior, mas é quase impossível. Até porque, como eu já te falei, às vezes a gente chega num lugar e é julgado muito pelo equipamento que tem. E eu não fui criada pra isso. Eu não costumo me exibir, tanto profissionalmente quanto com o que eu tenho ou deixo de ter. Isso não tá muito comigo. Só que, quando a gente chega em alguns espaços, o primeiro choque que a gente tem é esse: as pessoas julgam muito pelo que a gente tem ou pelo que a gente mostra ter. E eu, assim, pra mim, é banal, sabe?”.

Pergunta 2: Existe alguma rede de apoio com outros profissionais?

Resposta: “E aí, quanto à rede de comunicação, acho que eu poderia mencionar de primeira, sim, minha família. E isso inclui meus pais, meus irmãos, minha namorada. Eu brinco muito que estou ali nesse processo de educar mesmo eles, de treinar os meus futuros profissionais, meus futuros colaboradores. Acho que esse dom, esse olhar para a fotografia, para o audiovisual, eu herdei do

meu pai. Até porque a gente sempre foi uma família que nunca teve muito, e gente não tinha muita condição de se estruturar economicamente. Mas meu pai sempre fez muita questão de que a gente tivesse acesso à arte, à educação de qualidade. Então, acho que esse meu olhar, esse feeling também, eu devo muito a ele. Acho que a minha primeira rede de apoio eu devo a ele. Até porque ele também é fotógrafo, é um dos hobbies dele, pintura e afins. Acho que em segundo também é a minha namorada, porque hoje em dia é ela que me acompanha nessa minha rotina intensa e maluca. Então, a gente já tem aí uma semana sem conseguir dormir, mas com muito trabalho entregue. Em batizado de boi, em evento para entregar, em material para fazer, muita demanda, graças a Deus. Então, são pares que eu também carrego comigo o tempo inteiro. Para além disso também, amigos. Conto nos dedos. Acho que eu poderia citar também o (nome preservado), que a gente troca muita figurinha no quesito de trabalho. Acho que, para além disso, eu não sei se consigo lembrar de mais alguma pessoa que também trabalhe com isso, que eu consiga partilhar sobre os meus anseios. Na verdade, acho que tem uma pessoa só, que é uma produtora que, inclusive, eu prestei serviço recentemente. Não sei se eu posso falar, mas é da (nome preservado), que é um coletivo, uma produtora de audiovisual, que é liderada por mulheres, mas todas são brancas. Então, a gente já tem essa primeira diferença. Mas, para além disso, são mulheres que são muito pares, principalmente a (nome preservado), que é a dona. Nota mil, de paciência, de aprendizado, para ensinar. Nossa, eu tenho muito o que agradecer.”

Pergunta 3: Você sente que, ao produzir conteúdo, está também representando uma vivência coletiva?

“E aí, é uma pergunta sobre essa questão da vivência coletiva. Eu acho que, hoje em dia, eu ocupo um espaço de representatividade, até porque sou uma mulher negra LGBT que mora dentro de um bairro periférico. Então, eu acho que uma das bases da comunicação que eu levo é justamente esse olhar 360, essa comunicação assertiva e essa comunicação que olha muito pela popularização da comunicação, tanto comunicação mídia 1 quanto mídia off. Então, eu sou uma profissional criativa. Hoje em dia, eu consigo reconhecer isso: estrategista de comunicação e tenho uma forte atuação e produção de conteúdo digital. Também tenho experiência com produção de conteúdos, enfim. E aí, o meu trabalho é muito marcado pela sensibilidade estética, domínio da linguagem e por atuar com esse olhar atento às datas, às instituições, profissionais estratégicos, principalmente dentro das comunidades, que é o que eu faço muito aqui dentro do bairro, tanto com os grupos que eu trabalho.

Hoje, o Boi do (nome preservado) e o Boi (nome preservado) são pilares que eu tenho no meu trabalho, porque são grupos culturais que têm como princípio estar ali dentro da comunidade e que têm o intuito de resgatar essas famílias, resgatar crianças, jovens, adolescentes, adultos e até idosos que estão ali num vício e levá-los para mostrar que o mundo pode ser além daquilo. Então, acho que parte do que eu sou também diz muito sobre eles. E aí esse meu trabalho na área da comunicação, produção de comunicação popular, mídia social, organização de eventos, é um foco mesmo de registro estratégico, ser um guardião da memória, produção de conteúdo. E aí é sempre engajado na justiça climática, equidade racial, juventude e também cultura popular, até porque não tem como não me juntar aos meus iguais, né? Então também são coisas que eu gosto muito de fazer, que é me juntar com a equipe jovem, né? Daí você já fazer para o audiovisual, no ramo do cinema, né? E é ali que eu acho que eu mais me vejo, né? Que eu consigo também fazer com que aquele meu cotidiano, a minha realidade, seja vista também por outras pessoas a partir do meu olhar.”

5.4 Eixo temático - 1 - Dinâmicas de interação

Entrevistado n 2º (Homem gay, preto, estudante de comunicação e *Social Media*.)

Pergunta: Como é no seu dia a dia, o contato com clientes ou empresas?

Resposta: “Tá, simhora. Então, meu nome é (nome preservado), sou produtor cultural, assessor de comunicação, jornalista e *Social Media* também. E aí eu vou na primeira pergunta. Como é no seu dia a dia o contato com clientes ou empresas? Então, geralmente todos os meus trabalhos vêm de network, ou seja, eu trabalho para uma pessoa e daí essa pessoa vê o meu trabalho e pergunta para essa pessoa que me contratou se eu tenho disponibilidade. Então é sempre nesse sentido, assim. Geralmente não sou eu que vou atrás dos contatos, é os contatos que me procuram, né? Isso é uma coisa muito boa porque me poupa também tempo, né? E também me dá certeza de que eu estou fazendo um bom trabalho, porque isso ressoa a forma como as pessoas veem o meu trabalho, né? E dá a elas essa vontade de me contratar. Então, geralmente os meus tramos são muito fixos também, né? Então eu trabalho para os meus coletivos, que eu já faço parte, e desses coletivos surgem outras oportunidades, né?”.

Pergunta: Já sentiu que sua aparência, fala ou origem influenciaram a forma como você foi tratado(a)?

Resposta: Não, nunca percebi isso, até porque geralmente quando eu vou trabalhar, são para pessoas que já têm um feedback sobre o meu trabalho. Então eu acho que elas avaliam muito mais as minhas qualidades enquanto profissional do que a minha fala, a minha origem. E eu acredito que isso, pelo menos na minha concepção, para mim, na minha vivência, não influenciou a forma como eu fui tratado em algum trabalho.

Pergunta: Você já foi substituído(a) por alguém em algum trabalho? Acredita que a sua racialidade foi um fator para a substituição?

Resposta: “Acredito que não. E olha que eu sou muito atento em relação a essas coisas assim, né? Então, como eu trabalho em ambientes muito seguros e de muito conforto, e ambientes onde geralmente são liderados por pessoas pretas ou não brancas, então eu me sinto muito acolhido nesses lugares. Então, nunca fui substituído ou a minha cor foi um fator para uma possível substituição.”

5.5 Eixo temático – 2 - Desafios profissionais

Pergunta: Quais são os maiores obstáculos que você enfrenta como *social media*?

Resposta: Eu acho que eu acredito muito no meu trabalho, mas enfim, a gente está tendo um boom nesses últimos tempos de pessoas que trabalham nessa área. E talvez uma das limitações seja o preço dos materiais, dos equipamentos. A gente tem cada vez, com essa concorrência acirrada, as indústrias, as lojas que vendem produtos técnicos acabam aumentando o preço por conta da demanda também. Então eu acredito que o maior fator seja o fator capital mesmo. E também a desvalorização, porque enfim, às vezes muita gente que entra nesses jobs cobra muito barato, ou quando alguém dá um valor essa pessoa não contrapõe com um valor mais alto. Então eu acho que também isso ajuda na precarização do nosso trabalho. Então eu acho que são esses fatores. O fator financeiro para comprar material. Talvez essa precarização de valores, valores muito baixos que as pessoas pedem e isso acaba refletindo na prática de todo mundo também que está nessa área.

Pergunta: Alguma vez teve seu trabalho desvalorizado mesmo entregando o mesmo que outros colegas?

Resposta: Não, que eu me recorde não. E como eu falei, eu fico muito atenta a essas coisas, mas não, nunca tive meu trabalho desvalorizado não.

Pergunta: Já deixou de aceitar trabalho por perceber um ambiente desconfortável ou discriminatório?

Resposta: Geralmente eu não preciso nem chegar no ambiente, eu não me deixo nem chegar no ambiente, porque às vezes a pessoa que contrata já é um reflexo do ambiente que ela vive ou do chefe que ele pode vir a ser. Então, como esse mundinho da comunicação é muito pequeno, a gente tem os feedbacks também das pessoas que se contratam, né? Então, se alguém que tem algum histórico de discriminação, tem discursos que eu não compactuo, não tem nada a ver com a minha moral, com a minha ética, eu automaticamente já digo que não quero fazer, né? Porque a gente sabe que é um trabalho de muita pressão, e você trabalhar num trabalho de muita pressão com alguém que tem discursos problemáticos é um problema a mais. Então, eu evito.

5.6 Eixo temático – 3 – Estratégias e enfrentamentos

Pergunta: Quais formas você encontrou para lidar com essas situações?

Resposta: “Eu acho que é isso, eu acho que a gente que é da comunicação a gente tem que saber muito bem onde a gente pisa, né? Porque é um campo muito minado. Assim como outras áreas profissionais, o campo da comunicação não está isento desses percalços, né? De gente antiética, de pessoas que estão ali mesmo para atrapalhar o trabalho e não para dar força, para fazer com que tu cresça, para fazer com que tu aprenda. Então, eu acho que é a gente saber onde pisa, se juntar com os nossos, apoiar quem nos apoia, olhar para nossas comunidades e se ajudar mesmo, né?”.

Pergunta: Existe alguma rede de apoio com outros profissionais?

Resposta: “Sim, eu tenho muitos outros amigos, né? Que são sociais mídia e geralmente são pessoas racializadas, são pessoas negras. Então, isso me dá um conforto muito grande para trocar, para trabalhar, para ter ideias inovadoras. Então, isso é muito positivo.”.

Pergunta: Você sente que, ao produzir conteúdo, está também representando uma vivência coletiva?

Resposta: “Com certeza, né? Acho que a gente tem essa responsabilidade de, ao passo que a gente coloca o outro na lente dos nossos celulares e câmeras e capta essa voz, a gente também está dando voz a uma narrativa, né? Dando voz não, porque a gente não dá voz a ninguém, na verdade. A gente está criando um espaço onde essas pessoas possam falar, possam se mostrar. Então, é importante que a gente tenha essa responsabilidade, e essa responsabilidade é dessa representação de uma vivência coletiva. Então, é um trabalho de muita responsabilidade, né? A comunicação.”

Entrevistada 3 – Mulher preta, Social Media, 22 anos, lésbica e residente da periferia

Eixo temático – 1 - Dinâmicas de interação

Pergunta 1- Como é no seu dia a dia, o contato com clientes ou empresas?

Resposta: Muitos desses contatos que eu faço e que eu consigo jobs ou que eu consigo trabalhos além da empresa que eu trabalho atualmente é a (nome preservado), é através de network ou através de colegas que também trabalham como *social media*. E felizmente, eu consigo ter contatos de colegas que possuem a mesma função que quando eles não conseguem dar conta de algum trabalho, eles conseguem me recomendar e assim eu consigo participar, consigo arrumar outros trabalhos porque eu já trabalho diariamente em uma empresa, então não necessariamente eu faço divulgação e trabalho por job. Eu tenho esse privilégio, eu chamo de privilégio porquê de certa forma é um dinheiro que é fixo, o que geralmente não ocorre quando a gente trabalha por job e por empresa, no caso, né? Mas quando algum colega não consegue dar conta de alguma demanda ou de algum trabalho, eu consigo ter essa renda extra.

Então, geralmente o meu dia a dia é dessa forma: meu contato com clientes é através de network ou alguém que já foi meu cliente me indica ou algum outro colega que também trabalha como *social media* também pede para eu cobrir ele em algum trabalho específico. Dessa forma, eu tenho um trabalho fixo, no caso um estágio, junto com a (nome preservado). Eu tenho uma tabela de trabalho onde eu indico quais locais de trabalho que eu faço e eu faço relatórios diários sobre as minhas funções no meu dia a dia. Então, eu tenho essa rotina bem delimitada e descrita para prestar contas com a empresa que eu trabalho.

Pergunta 2 - Já sentiu que sua aparência, fala ou origem influenciaram a forma como você foi tratado(a)?

Resposta:

Na comunicação é muito importante você conhecer o lugar em que você está. Então eu já senti muita dificuldade em trabalhar às vezes em alguns locais por não ser da cidade em que eu trabalho. Por exemplo, algumas informações sobre a geografia de São Luís ou coisas do tipo, elas foram mais difíceis de colocar dentro de algum tipo de job ou de incrementar algum tipo de trabalho. E eu já sofri algum puxão de orelha por causa disso.

Mas a minha aparência já influenciou mais por eu ser uma pessoa muito jovem. Em alguns momentos as pessoas que me contrataram já acreditaram que eu não daria conta ou que eu não teria experiência suficiente para poder dar conta daquele trabalho específico ou então fazer um bom trabalho ou então conseguir me impor e conseguir fazer aquela entrevista ou, dirigir um vídeo da forma adequada. E eu já me senti em alguns momentos que o limite passou em alguns vídeos que eu já produzi em alguns momentos em que eu trabalhei mais externo. Nunca dentro de empresas. Dentro das empresas, na verdade, foi bem mais tranquilo. Tanto quando eu trabalhei em teatro, quanto quando eu trabalhei na (nome preservado). Eu sempre tive muita sorte que o meu trabalho foi muito respeitado. Apesar de haver acúmulo de trabalho, que acontece muitas vezes.

Mas eu já senti em alguns trabalhos livres, em alguns freelas que eu já fiz, que a minha aparência fez com que eu não conseguisse me impor ou que eu não conseguisse realizar alguns trabalhos de forma adequada, porque não exigia aquele respeito. Não havia, de certa forma, um respeito pleno com o que eu estava fazendo, com o que eu queria ali, que era extremamente necessário. Eu tinha sido contratada exatamente para isso. Então, foi uma situação que me deixou bem balanceada e me fez repensar a forma do meu trabalho. E hoje eu acredito que essa experiência moldou um pouco a forma com que eu me imponho hoje para fazer alguns trabalhos específicos, como direção de entrevistas, por exemplo.

Pergunta 3 - Você já foi substituído(a) por alguém em algum trabalho? Acredita que a sua racialidade foi um fator para a substituição?

Resposta:

Felizmente, isso nunca aconteceu. Todos os trabalhos que eu já marquei eu consegui finalizar mesmo, a gente nunca teve essas trocas. O que ocorreram foram só essas situações que eu descrevi

no último áudio, em que eu acredito que por ser jovem, mas também por ser uma mulher negra, com certeza essas situações foram influenciadas. Talvez se eu fosse um homem jovem branco, eu não teria passado por todas essas situações e as pessoas teriam respeitado mais o meu trabalho, o meu tempo e também as funções que eu estava fazendo ali, que foram coisas que não ocorreram. Infelizmente é uma realidade sim, mas eu nunca fui substituída em nenhuma função por questão de raça, porque eu nunca fui substituída, felizmente.

Eixo Temático 2 – Desafios Profissionais

Pergunta 1 - Quais são os maiores obstáculos que você enfrenta como *social media*?

Resposta:

Eu acredito que os maiores obstáculos como *social media* é conseguir direitos básicos de trabalho, você conseguir certezas, eu acho que essa seria a palavra, você conseguir a certeza de que você vai conseguir trabalhar naquela semana todos os dias, que você vai conseguir receber aquele dinheiro e que você vai ter certeza de receber aquele dinheiro no prazo adequado. Muitas vezes alguns acordos ficam boca a boca, tipo:

Ah, eu vou pagar o teu transporte para você chegar nesse lugar. Eu vou garantir a sua segurança nesse lugar porque é um lugar cheio. Você vai estar com equipamento. Eu vou conseguir garantir teu descanso nesse dia.

Mas infelizmente você fica, você passa o fim de semana subindo arquivo ou editando foto ou editando vídeo ou captando áudio e é complicado porque é como se o descanso e a dose de trabalho, a carga de trabalho, ela fosse muito de boca, ela não ocorresse de verdade, né? Então a gente garantir que vai ter esses direitos básicos, tanto os nossos acordos, eles vão ser considerados e eles vão ser feitos, quanto também garantir o descanso, garantir o pagamento, garantir que haja isso. Porque infelizmente a função de *social media* é uma função que é extremamente negligenciada, a gente não tem muitos direitos, a gente não tem muitas garantias e a gente fica nessa, né?

Pergunta 2 - Alguma vez você teve seu trabalho desvalorizado mesmo entregando o mesmo que os seus colegas?

Resposta:

Não, porque eu tive a sorte de trabalhar com equipes muito dinâmicas, muito diversas, então a gente sempre tinha funções diferentes. Então, não ocorria de entregar a mesma coisa e meu trabalho ser desvalorizado.

Mas eu já senti que meu trabalho foi desvalorizado porque era como se a minha carga de trabalho não fosse o suficiente, como se eu precisasse de mais trabalho, sendo que eu já trabalhava um turno inteiro e recebia só por esse turno. Mas apenas isso.

Pergunta 3 - Já deixou de aceitar trabalho por perceber um ambiente desconfortável ou discriminatório?

Resposta:

Já deixei de aceitar um trabalho porque, por outros motivos na verdade, no ambiente de trabalho infelizmente a gente só percebe que ele é discriminatório quando a gente chega nele. Então é uma coisa que às vezes a gente não consegue adivinhar. Mas já deixei de aceitar trabalhos porque eles não valiam. Eles eram pouco, era uma carga de trabalho muito grande e queriam pagar muito pouco. Então era extremamente desconfortável e até meio constrangedor você chegar e falar, acho que não tem condição, né? Mas cara de pau aí, né?

Eixo Temático 3 – Estratégias e Enfrentamentos

Pergunta 1 - Quais formas você encontrou para lidar com essas situações?

Resposta: Bom, criar uma rede de apoio com meus colegas também sou *social media*, conseguir precificar o meu trabalho, conseguir ter contatos de pessoas que eu confio, que eu sei que o clima de trabalho é muito bom, que eu sei que valorizam o trabalho de *social media*. É algo muito importante fazer esse tipo de seleção, esse tipo de peneira. Conhecer colegas que podem falar e relatar sobre como foi o trabalho específico em algum lugar também é interessante porque você consegue já ter um spoiler, já entender como era aquele ambiente. Essas são formas que a gente pode lidar com situações desconfortáveis no ambiente de trabalho, porque infelizmente é um trabalho negligenciado, é um trabalho que não é devidamente valorizado e a gente tem que dar esses trâmites. Porque de qualquer forma ser *social media* é muito perigoso, porque você usa um equipamento caro, às vezes você vai para um ambiente perigoso, você pode perder os equipamentos, se você perder os equipamentos você perde a sua fonte de renda. Porque muitos dos

locais que oferecem trabalho não oferecem equipamentos, então você tem que ter esse equipamento e é difícil, difícil mesmo.

Pergunta 2 - Existe alguma rede de apoio com outros profissionais?

Resposta: Sim, hoje em dia existem muitos grupos. Por ser um trabalho digital faz sentido as mídias digitais estarem tão próximas e elas serem aliadas de certa forma. Existem muitos grupos de produtores de audiovisual, de *social medias*, de jornalistas, de comunicólogos que conversam sobre as formas de trabalho, sobre as empresas que mandam jobs, que mandam arquivos, que falam essa empresa aqui é difícil, esse local aqui é perigoso, toma cuidado, vai com cuidado. Então que até oferecem apoio, tipo: Perdi meu microfone, eu tenho um microfone aqui eu posso te emprestar. Eu tô sem câmera, esse trabalho exige câmera, tu paga uma quantia, aluga minha câmera. Então a gente consegue ter esses limites e esse apoio, né? Meio que aquece, né? A gente meio que segura a nossa mão e diz que vai dar tudo certo e é uma ajuda que realmente faz muito sentido.

Pergunta 3 - Você sente que, ao produzir conteúdo, está também representando uma vivência coletiva?

Resposta:

Com certeza, ainda mais dentro desse marketing de conteúdo mais personalizado, que busca esse engajamento, que busca essa troca. Então, muitas vezes a gente consegue trocar, ouvir feedbacks, as pessoas te reconhecem, as pessoas com quem você produz vídeos te reconhecem, conseguem conversar com você, falar, dar um feedback, falar o que está sendo legal, o que não está sendo tão legal. É uma experiência que realmente faz o trabalho valer, porque você percebe o quanto as pessoas estão engajadas e elas valorizam aquilo, sabe?

No final das contas, o seu trabalho vale sim, apesar da gente não ter leis ainda garantindo esse trabalho. Então, de certa forma, nosso trabalho é sim coletivo e ele é muito especial por ser coletivo, sabe?

5.7 Análise do Eixo Temático 1 – Dinâmicas de Interação

As entrevistas mostram que a vida de um *social media* negro vai muito além de apenas fazer tarefas diárias. É um espaço cheio de disputas simbólicas, gestão das emoções e decisões

estratégicas sobre o que mostrar, como se posicionar e com quem se conectar. A entrevistada X, uma mulher negra, LGBTQIAPN+ e moradora da periferia de São Luís, destaca que seu trabalho envolve ferramentas digitais como Trello e Meta, mas também uma organização bem pessoal, com papel e rascunhos. Ela conta que há um equilíbrio entre a parte técnica e seu lado sensível, algo que fica mais forte em momentos culturais como o São João e o Carnaval, quando seu trabalho aumenta. Mesmo com todo o reconhecimento, ela sente que sua identidade impacta a forma como as pessoas a veem. Ela menciona: “o meu cabelo chega primeiro que eu, a minha cor chega primeiro que eu” e diz que precisa estar sempre bem vestida, falar de forma objetiva e evitar levar aspectos da sua vida pessoal, como sua orientação sexual, para o trabalho, pra não sofrer julgamentos ou perder oportunidades. Essa vigilância constante sobre si mesma mostra como a rotina de um *social media* negro é influenciada pela lógica do “controle de impressões, como define Erving Goffman (1985). Nas redes sociais, e fora delas, esses profissionais precisam gerir sua imagem para se tornarem mais “aceitáveis” socialmente. Recuero (2009) aponta que a reputação nas redes digitais é construída através das interações e dos laços sociais, e isso exige um desempenho que é sempre consciente. Para pessoas racializadas, essa performance muitas vezes busca neutralizar preconceitos que já são esperados.

Já o entrevistado Y, que também é negro e parte da comunidade LGBTQIAPN+, traz uma experiência diferente, mas que complementa a dela. Ele fala que as oportunidades de trabalho costumam aparecer através de networking e de coletivos, o que dá a ele uma certa segurança. Por estar em ambientes onde as pessoas também são negras ou não brancas, ele conta que não sentiu discriminação por causa da aparência ou origem. Mas o fato de precisar ficar em “ambientes seguros” já diz bastante: mostra que fora dessas bolhas, ele ainda pode enfrentar situações de discriminação. As falas deles revelam que, mesmo em um campo criativo como o das mídias sociais, a presença de corpos negros não é algo neutro. A forma como esses profissionais interagem com clientes e empresas exige cuidados constantes, autocensura e, muitas vezes, decisões estratégicas pra evitar situações desconfortáveis. Para um melhor embasamento, temos Djamila Ribeiro (2019) que comenta que o racismo estrutural aparece nas sutilezas: não é só em ofensas diretas, mas também nas escolhas de quem é chamado, quem é indicado e quem é visto como “adequado”. Assim, o dia a dia do *social media* negro mostra que, além de ser bom no que faz, precisa ter bastante inteligência emocional e política, sempre equilibrando autenticidade e aceitação.

A declaração da entrevistada **Z**, enriquece a compreensão acerca da forma como as conexões profissionais se estabelecem para as mídias sociais negras. Assim como os demais participantes, ela enfatiza que uma parte significativa das oportunidades surge por meio de recomendações, redes de contatos e colaborações com outros profissionais do setor. Isso ressalta a importância do *networking* horizontal entre pares, algo já observado por Recuero (2009), que discute as relações de confiança nas redes digitais como um meio de circulação de informações e oportunidades. Neste contexto, a entrevistada menciona que seu emprego fixo é considerado um "privilégio" diante da instabilidade típica dos freelancers, o que indica que a previsibilidade financeira ainda é uma exceção nesse campo. A profissional também apresenta uma perspectiva interessante sobre como sua juventude e aparência influenciam a forma como é percebida no ambiente de trabalho. Ela relata que, especialmente em trabalhos externos, já teve sua autoridade questionada, enfrentando dificuldades para ser respeitada em funções como direção de vídeo ou entrevistas. Embora não tenha sido diretamente substituída devido à sua raça, ela reconhece que ser uma mulher negra e jovem torna a imposição profissional mais desafiadora, como se o respeito precisasse ser conquistado continuamente. Essa vivência corrobora o que Djamila Ribeiro (2019) discute sobre a expectativa social de competência, que ainda se encontra racializada e associada a um padrão branco e masculino.

5.8 Análise - Eixo Temático 2 – Desafios Profissionais

Os relatos mostram que os desafios que os *social medias* negros enfrentam vão além de questões técnicas ou operacionais. Eles lidam com desigualdade estrutural, desvalorização simbólica e barreiras emocionais que afetam o dia a dia no trabalho. A entrevistada **X** compartilha sua experiência, que é cheia de atravessamentos: mulher, negra, LGBT e da periferia. Isso por si só já cria uma desvantagem, como ela mesma menciona ao falar sobre a dificuldade de começar na área sem o apoio financeiro ou estrutural que outros têm. A falta de equipamentos e o custo elevado para trabalhar com audiovisual são obstáculos concretos, mas também trazem um peso simbólico muito grande: a sensação de que, por não ter os mesmos recursos, sua presença no mercado é vista com desconfiança ou menosprezo.

Ela lembra de um caso de racismo que vivenciou enquanto filmava um documentário, quando uma juíza a abordou dizendo: “Você não tem perfil de quem trabalha com isso”. Esse tipo de situação mostra como a imagem profissional ainda está ligada, muitas vezes sem perceber, a

estereótipos raciais. Como Djamila Ribeiro (2019) aponta, o racismo não age só por meio de agressões abertas, mas também através das expectativas sociais sobre quem deve ocupar certos espaços. Além disso, a entrevistada fala sobre como seu trabalho é desvalorizado por conta da sua idade ou da ideia de que falta experiência, mesmo quando os resultados são bons. Isso lembra o conceito de trabalho imaterial que Maurizio Lazzarato (1996) discute, em que o valor do trabalho criativo e simbólico é complicado de medir, e por isso muitas vezes é desconsiderado ou negociado por baixo. E isso pesa ainda mais quando o profissional é negro, jovem e da periferia, já que a legitimidade do seu trabalho é posta em dúvida antes mesmo da entrega ser analisada.

O entrevistado Y também fala das dificuldades que enfrenta com a concorrência desleal e a precarização do mercado. Ele comenta que muitos profissionais aceitam pagamentos muito baixos, o que acaba desvalorizando a profissão como um todo. Isso traz uma sensação de instabilidade e reforça a ideia de que, mesmo com a demanda crescente por conteúdo digital, o trabalho de *social media* ainda é considerado por muitos como algo informal, sem o reconhecimento técnico e intelectual que merece.

A fala dele também revela uma postura mais cautelosa: ele percebe que certos ambientes ou contratantes tem comportamentos problemáticos e decide não aceitar o trabalho. Essa decisão, mostra o quanto esses profissionais precisam se proteger e escolher onde trabalhar, muitas vezes abrindo mão de oportunidades financeiras só para garantir um ambiente minimamente saudável. Por fim, os relatos deles revelam uma verdade que muitas vezes fica silenciada nos discursos sobre “empreendedorismo digital”: o caminho é muito mais difícil para quem vem de uma realidade racializada, sem redes de privilégio, capital financeiro ou uma estética neutra. Como Paula Sibilia (2008) destaca, a exposição nas redes sociais exige um controle constante da imagem e uma performance intensa, e para pessoas negras, isso demanda ainda mais esforço emocional e estratégico.

A entrevistada Z destaca um ponto crucial na realidade de muitos profissionais de mídias sociais: a falta de garantias mínimas de trabalho. Ela menciona acordos informais, como promessas de transporte, segurança ou descanso, que raramente são cumpridos, criando um cenário de constante incerteza. A ausência de contratos formais, garantias básicas e direitos trabalhistas efetivos reforça o que Lazzarato (1996) denominou de “trabalho imaterial precarizado”, onde não se considera apenas o tempo de produção, mas também o envolvimento emocional e físico que essa atividade exige. A entrevistada também menciona um desafio recorrente: a desvalorização

implícita, que se manifesta quando se espera que ela entregue mais do que o acordado. Embora não relate concorrência desleal direta, como os outros entrevistados, descreve situações em que o excesso de carga de trabalho é naturalizado, reforçando a ideia de que profissionais negros precisam constantemente demonstrar seu valor por meio de esforço adicional, entrega e resiliência.

5.9 Análise - Eixo Temático 3 – Estratégias e Enfrentamentos

As entrevistas mostram como os *social medias* negros enfrentam várias dificuldades, tanto estruturais quanto simbólicas. Eles têm um jeito muito engenhoso de lidar com isso, misturando resistência emocional, trabalho em equipe e uma boa dose de consciência sobre representatividade. Essas práticas não só ajudam a superar os desafios, mas também servem como formas de se manter firme e afirmar seu espaço no mercado. A entrevistada X fala que, para ela, confiar em si mesma e acreditar na própria capacidade foram essenciais pra seguir em frente. Mas ela também admite que é complicado manter essa segurança em um lugar como o Brasil, onde o racismo estrutural está sempre ali, agindo de forma discreta, mas constante. Quando diz que "é impossível, às vezes, não duvidar da minha capacidade", ela revela como é desgastante viver em um ambiente que, muitas vezes, já desacredita de suas habilidades antes mesmo de conhecê-las. Para contornar isso, ela faz pausas pra pensar, conta com o apoio da família e da namorada, e se conecta com coletivos culturais que a fortalecem.

Já o entrevistado Y tem uma abordagem mais cautelosa: ele evita lugares que podem ser hostis e prefere estar em ambientes seguros, que são liderados por pessoas racializadas ou que compartilham suas crenças. Essa escolha é bem estratégica. Ao ficar perto de quem tem experiências parecidas, ele encontra apoio, validação e troca de ideias criativas. Ele mostra que construir redes de confiança é uma forma super eficaz de resistência, além de ser uma maneira de criar com mais liberdade e menos desgaste.

Ambos deixam claro que comunicar não é algo neutro, principalmente quando se trata de pessoas negras criando conteúdo. Existe uma responsabilidade que vai além do resultado final, envolvendo a forma como se narra o mundo e ocupa o espaço digital com autenticidade. Como disse a entrevistada X: "parte do que eu sou também diz muito sobre eles", referindo-se aos grupos culturais com os quais se relaciona. Essa conexão com o território e com a coletividade dá força ao trabalho dela e mostra o quanto a comunicação é crucial pra memória e identidade. Esse jeito de agir se alinha com o que hooks (2020) chama de "representação responsável", quando representar

se torna um gesto de cuidado, consciência política e transformação simbólica. Ao criar conteúdo, esses profissionais estão organizando experiências, registrando vivências e ajudando a mudar a forma como a sociedade vê quem são os protagonistas da comunicação.

Nas redes sociais, como Raquel Recuero (2009) afirma, as relações são construídas em cima de confiança, visibilidade e troca constante. Então, ao resistirem, esses profissionais não estão apenas "sobrevivendo" no mercado; eles estão criando caminhos sustentáveis, afetivos e politicamente significativos pra quem vier depois. As estratégias que eles compartilham mostram que resistir não é só sobre ser forte. É também sobre crescer emocionalmente, escolher onde se quer estar e formar alianças que ajudam na jornada. Nesse sentido, o trabalho de *social media* negro é também um projeto que fala sobre futuro, memória e pertencimento coletivo.

Nas declarações da entrevistada Z, as estratégias de enfrentamento emergem principalmente em três dimensões: a construção de redes de apoio, a aplicação de um filtro ético para aceitar trabalhos e a percepção de seu trabalho como parte de uma vivência coletiva. Ela menciona a importância de manter contato com colegas do setor, compartilhar informações sobre ambientes de trabalho, equipamentos e até oferecer suporte material. Essa rede atua como um espaço de acolhimento e sobrevivência, ou, como ela própria expressa, "segura a nossa mão e diz que vai dar tudo certo." Esse apoio coletivo também se configura como uma forma de resistência e organização, especialmente considerando que a ausência de políticas públicas ou regulamentações para o trabalho em mídias sociais força esses profissionais a se unirem. Além disso, ela entende sua atuação como representativa, reconhecendo que ao produzir conteúdo, está também produzindo memória, identidade e reconhecimento para um grupo. Essa percepção se alinha à noção de "representação responsável" discutida por bell hooks (2020), que vê a comunicação como um espaço de disputa por narrativas, visibilidade e dignidade.

5.10 Infográfico de análise

A infografia representa uma forma visual de transmitir informações que visa simplificar conteúdos complexos por meio de elementos gráficos, como imagens, ícones, diagramas, mapas, setas e tipografias. Conforme mencionado por Machado (2003), a infografia é um gênero discursivo que organiza e apresenta a informação de maneira visual, estabelecendo ligações entre texto e imagem para facilitar a leitura e a interpretação do conteúdo. A autora destaca que:

A infografia é uma linguagem que combina elementos verbais e não verbais na produção do sentido, articulando texto e imagem em um mesmo processo discursivo. Essa articulação não é meramente decorativa, mas essencial à constituição do conteúdo (Machado, 2003, p. 27).

Ela sugere uma classificação didática dos infográficos, categorizando-os em quatro tipos principais: **infográficos informativos** (dedicados à apresentação objetiva de dados), **comparativos** (que colocam elementos lado a lado), **analíticos** (que buscam aprofundar a informação com interpretação) e **narrativos** (que constroem uma narrativa visual com início, meio e fim). Essa diversidade evidencia como a infografia é uma ferramenta versátil, adaptável a diferentes objetivos de comunicação, particularmente eficaz em contextos digitais e educacionais.

Com base nessa abordagem, decidiu-se apresentar os resultados desta pesquisa por meio de um infográfico do tipo síntese narrativa, em um formato visual e estático. Essa escolha está em consonância com o objetivo de tornar mais acessíveis os principais achados provenientes das entrevistas realizadas com profissionais de *social media* negros em São Luís. O infográfico foi estruturado com base em três eixos temáticos identificados na análise, dinâmicas de interação, desafios profissionais e estratégias de enfrentamento, organizando visualmente as falas e reflexões mais frequentes entre os participantes. Assim, a infografia serve como um recurso metodológico complementar, favorecendo não apenas a compreensão dos dados, mas também a valorização de suas experiências em um formato coerente com a natureza do campo da comunicação digital.

Figura 2: Infográfico de análise



Fonte: Produzido pelo autor (2025)

Com o intuito de sintetizar visualmente os dados obtidos por meio das entrevistas e ressaltar os principais aspectos discutidos na análise, foi elaborado este infográfico que apresenta, de maneira objetiva os principais elementos da pesquisa. Nessa imagem, estão organizados o objetivo do estudo, a metodologia utilizada, fundamentada em Bauer e Gaskell (2002), e os três eixos temáticos que orientaram a análise: dinâmicas de interação, desafios e estratégias. Os resultados enfatizados evidenciam a importância do networking na obtenção de oportunidades, os impactos da aparência e da juventude nas relações profissionais, a dificuldade em assegurar direitos básicos

e a relevância das redes de apoio entre colegas da área. O infográfico serve como um recurso complementar, concebido não apenas para fins ilustrativos, mas como um instrumento de divulgação acessível e sensível, que auxilia na comunicação dos achados da pesquisa de forma mais dinâmica, especialmente em contextos de apresentação pública.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo compreender as experiências, os desafios e as estratégias de enfrentamento adotadas por profissionais negros que atuam como *social media* na cidade de São Luís – MA. A partir de uma abordagem qualitativa, que incluiu estudo bibliográfico e entrevistas em profundidade com três profissionais da área, foi possível responder à pergunta norteadora do trabalho: quais são as principais dificuldades enfrentadas por *social medias* negros em sua atuação profissional e de que forma essas dificuldades se relacionam com processos de racialização e exclusão simbólica?

Os relatos colhidos nas entrevistas revelaram que, embora o trabalho com mídias sociais envolva competências técnicas, criativas e estratégicas, ainda é uma profissão marcada pela informalidade, ausência de garantias mínimas e desvalorização simbólica. No caso de profissionais negros(as), essas questões são agravadas por marcadores sociais como raça, gênero, aparência e juventude, elementos que interferem diretamente no reconhecimento, no respeito profissional e nas oportunidades de trabalho. O objetivo geral de analisar os desafios enfrentados por *social medias* negros foi atingido, assim como os objetivos específicos, que incluíam: identificar as formas de interação com clientes e empresas; compreender os principais obstáculos enfrentados no cotidiano; e investigar as estratégias adotadas para lidar com a desvalorização profissional e o racismo estrutural. A organização da análise em três eixos temáticos, dinâmicas de interação, desafios profissionais e estratégias de enfrentamento, permitiu sistematizar os dados e evidenciar os aspectos centrais das experiências relatadas. Entre os principais achados, destaca-se que o *networking* entre colegas da área configura-se como a principal forma de acesso a oportunidades, sendo também uma rede informal de apoio emocional e técnico. No entanto, a ausência de contratos formais e a instabilidade financeira são desafios recorrentes, que expõem esses profissionais à sobrecarga de trabalho e à falta de garantias básicas. Além disso, a aparência física, sobretudo quando relacionada à juventude, estética negra e feminilidade, impacta negativamente a percepção de competência por parte de contratantes e clientes, limitando a autonomia e autoridade desses profissionais em diferentes contextos.

Os referenciais teóricos utilizados foram fundamentais para compreender a complexidade das relações entre comunicação, trabalho e raça. O conceito de trabalho imaterial, proposto por Lazzarato (1996), possibilitou analisar como a produção de conteúdo digital envolve afetos,

subjetividade e tempo não mensurável, sendo, muitas vezes, desvalorizada. As reflexões de Djamila Ribeiro (2019) e bell hooks (2020) ofereceram subsídios para pensar como o racismo estrutural se manifesta também no campo da comunicação digital. Por sua vez, autores como Raquel Recuero (2009) e José Luiz Braga (2012) contribuíram para aprofundar o entendimento sobre mediação, escuta e dinâmicas de interação em ambientes digitais. Como forma de síntese e extensão dos resultados, foi desenvolvido um infográfico que apresenta os principais elementos da pesquisa de forma visual, destacando o objetivo, a metodologia, os eixos temáticos e os resultados centrais. O material tem como finalidade democratizar o acesso às informações e favorecer a circulação dos dados em ambientes para além da academia, incluindo redes sociais, espaços de formação e eventos da área de comunicação. Com isso, conclui-se que a atuação de profissionais negros nas mídias sociais é atravessada por desigualdades estruturais, mas também marcada por estratégias de resistência, criatividade e construção coletiva. Ao dar visibilidade a essas experiências, este trabalho busca contribuir para o debate sobre comunicação, raça e trabalho na contemporaneidade, especialmente em contextos periféricos e fora do eixo Sul e Sudeste. Recomenda-se, por fim, que novos estudos aprofundem as questões aqui apresentadas, com foco em políticas públicas, formação profissional e representatividade no mercado da comunicação digital.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Silvio Luiz. *Racismo estrutural*. São Paulo: Pólen, 2014.
- ALVES, Lúcia; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução de Manuel Alexandre Júnior. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2005.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BENTO, Maria Aparecida Silva. *O pacto da branquitude*. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de mediação*. São Paulo: Paulus, 2006.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- HOOKS, bell. *O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras*. Tradução de Heci Regina Candiani. 2. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.
- HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Editora 34, 2003.
- IBGE. *Censo Demográfico 2022: População Preta e Parda*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- LAZZARATO, Maurizio. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1996.
- LASSWELL, Harold D. *The structure and function of communication in society*. In: BRYSON, L. (ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 1948. p. 37–51.
- LENCINA, Marjori Gonçalves. *Mundo digital: uma análise da atuação dos profissionais de social media no mercado de trabalho digital*. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021.
- LEWIN, Kurt. Frontiers in group dynamics. *Human Relations*, v. 1, n. 1, p. 5–41, 1947.
- MACHADO, Eliane Gonçalves. *Infografia no jornalismo: uma proposta de classificação*. São Paulo: Annablume, 2003.

MARWICK, Alice. *Status update: celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven: Yale University Press, 2013.

MISKOLCI, Richard. *Teoria queer: um aprendizado pelas diferenças*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

RECUEIRO, Raquel. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Djamila. *Lugar de fala*. São Paulo: Pólen, 2017.

RIBEIRO, Djamila. *Pequeno manual antirracista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Tarcízio. *Racismo Algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais*. São Paulo: Edições Sesc, 2022.

TOIGO, Márcio. *A comunicação como prática social: fundamentos e pragmática da comunicação*. Florianópolis: Insular, 2021.

TRAMPOS.CO; ALMA BETA. *O Raio-X dos Profissionais de Mídias Sociais no Brasil*. São Paulo, 2014. Disponível em: <https://trampos.co/raiox>. Acesso em: 20 maio 2025.

WHITE, David M. The “Gate Keeper”: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, v. 27, n. 4, p. 383–390, 1950.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1999.