

Influência Digital ou Colonial? Análise Pós-Colonial sobre uma Influenciadora Digital no Limiar entre Dois Mundos

Carolina de Oliveira Brandão¹

Thuanne Baptista²

Roberta Dias Campos³

Marcus Wilcox Hemais⁴

Baseando-se na perspectiva pós-colonial, o presente estudo visa analisar como uma influenciadora digital brasileira, particularizando o caso de Camila Coelho, posiciona-se no limiar entre dois mundos, o de colonizadores e o de colonizados, dado que a mesma busca valorizar e ser como as suas referências dos Estados Unidos (EUA), mas não deixa de manter laços com a sua realidade associada ao Brasil. Para isso, foi realizada uma pesquisa netnográfica, norteadas pela perspectiva pós-colonial, usando como base o blog de moda e o Instagram da influenciadora. A análise permitiu entender que Camila Coelho transita entre o fato de ser uma influenciadora brasileira, mas residente e profissional bem-sucedida nos EUA. Por isso, valoriza o povo, a língua inglesa e as marcas dos EUA e da Europa, mas não deixa de manter proximidade com os brasileiros, o português e as marcas do Brasil. A influenciadora, portanto, firma-se em ambas as realidades, o que é explicado pelo processo colonial que ela vivencia, a partir do qual jamais se tornará igual ao seu colonizador, embora o tenha como referência, mas também não abdica de ser similar a seus pares colonizados.

Palavras-chave: Pós-colonialismo; Colonialidade; Blog de moda; Influenciadora digital.

Digital Or Colonial Influence? Post-Colonial Analysis Of A Digital Influencer In The Threshold Of Two Worlds

Based on the post-colonial perspective, this study aims to analyze how a Brazilian digital influencer, particularizing the case of Camila Coelho, positions herself in the threshold of two worlds, of the colonizer and of the colonized, as she seeks to value and be like her references from the United States (US), but still maintains ties with her reality associated with Brazil. For this, a netnographic research was carried out, guided by the post-colonial perspective, using the influencer's fashion blog and Instagram as a basis. The analysis allowed us to understand that Camila Coelho transitions between the fact that she is a Brazilian influencer, but a resident and successful professional in the US. Therefore, she values the people, the English language and brands of the US and Europe, but does not fail to maintain proximity to Brazilians, Portuguese and brands in Brazil. The influencer, therefore, establishes herself in both realities, which is explained by the colonial process that she experiences, from which she will never become equal to her colonizer, even though she has him as her reference, but also does not abdicate from being similar to her colonized peers.

Keywords: Post-colonialism; Coloniality; Fashion blog; Digital influencer.

¹ Mestre em Administração de Empresas pela Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (IAG/PUC-Rio). Professora Tutora da Faculdade Descomplica. E-mail: carolbrandaok@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0294-8893>.

² Mestre em Administração de Empresas, IAG/PUC-Rio. Professora Tutora da Faculdade Descomplica. E-mail: thuannebaptista@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4387-0351>.

³ Doutora em Administração pelo Instituto Coppead de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro (COPPEAD/UFRJ). Professora Adjunta do COPPEAD/UFRJ. Endereço: Rua Pascoal Lemme, 355 - Cidade Universitária da UFRJ - CEP: 21941-918, Rio de Janeiro - RJ. E-mail: roberta.campos@coppead.ufrj.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7091-7901>.

⁴ Doutor em Administração pelo COPPEAD/UFRJ. Professor Adjunto do Departamento de Administração da PUC-Rio. Endereço: Rua Marquês de São Vicente, 225 - Gávea - CEP: 22451-900, Rio de Janeiro - RJ. E-mail: marcus.hemais@iag.puc-rio.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9181-8446>.

1. Introdução

A história mundial é marcada pelo processo colonial exercido pelos países eurocêntricos sobre o chamado Sul Global, e que se caracterizou pela violência direcionada a tais povos (MIGNOLO, 2011). Tal colonização, em consequência, subtraiu dessas sociedades suas identidades, histórias e culturas, colocando-as dependentes do Norte Global (YOUNG, 2003). Os efeitos dessa violenta imposição foram tantos que, mesmo após a liberdade político-cultural dessas colônias, o colonialismo permaneceu, mostrando-se presente em práticas sociais dos indivíduos, das sociedades e dos empreendimentos humanos (GUPTA, 2015), resultando na desvalorização daquilo que é local, em favor da exaltação de tudo oriundo do estrangeiro desenvolvido.

Em paralelo a tal contexto, o mundo vivencia transformações provocadas pelos novos meios de comunicação digital. Especificamente, redes sociais e blogs têm dado espaço e voz globalmente a diversos sujeitos, hoje conhecidos como influenciadores digitais - produtores de conteúdo que utilizam canais online para exercer influência sobre espectadores. Entre as influenciadoras mais conhecidas no Brasil está Camila Coelho, uma brasileira que começou a sua carreira nos Estados Unidos (EUA), país onde mora atualmente. Hoje, Camila possui milhões de seguidores em suas redes sociais, que têm nela uma referência em relação a não somente o que consumir, mas também como se comportar em uma sociedade (L'OFFICIEL, 2020).

O fato de morar nos EUA e produzir conteúdo não somente para o público deste país, mas também para consumidores brasileiros, faz de Camila um caso particular entre influenciadoras brasileiras, pois ela transita entre dois mundos, ora se associando ao Brasil, ora aos EUA. Camila, portanto, tem como suas principais referências profissionais oriundas do país onde mora, mas sem deixar de estar próxima à sua realidade original (BHABHA, 1994). Camila não é a única influenciadora digital brasileira a apresentar esse comportamento em relação aos EUA e o Brasil (ETIQUETA ÚNICA, 2020), porém é a mais associada a tal. Nessa condição, reproduz um discurso colonial que exalta o estrangeiro eurocêntrico (MEMMI, 1992), embora não se afaste daquilo que é de sua cultura original (FANON, 2004). No fim, vive em um limiar entre dois mundos (BHABHA, 1994), pois transita com sucesso na realidade daqueles que poderiam ser considerados seus colonizadores, mas também mantém vínculos com o ambiente de onde ela se origina e se encontram seus pares também colonizados.

O caso de Camila Coelho merece atenção porque ilustra como que questões associadas a pós-colonialismo, tão escassamente discutidas em marketing (JACK, 2008), fazem-se presentes na formação identitária de uma influenciadora digital. Mesmo que Camila tenha uma particularidade que a diferencie de outras influenciadoras brasileiras, pois mora nos EUA, não é a única que mantém laços emotivos com este país e o Brasil (ETIQUETA ÚNICA, 2020), de forma que os achados aqui também podem contribuir para um entendimento mais amplo a respeito de tais figuras públicas e suas relações coloniais. Isto se faz relevante porque as questões aqui levantadas são particularmente esquecidas pela literatura que discute influenciadoras digitais, inclusive aquela dedicada a pesquisar essa blogueira em particular (WESCHENFELDER, 2016). Estudos dessa natureza, em geral, tendem a tratar o tema a partir

de uma ótica que versa sobre representações do consumo e comportamento de compra dos seguidores de tais figuras públicas (GRANJA, 2019), ignorando aspectos pós-coloniais inerentes à prática de influenciadoras digitais do Sul Global que passam a ter referências do mundo eurocêntrico em seu dia a dia.

Diante de tal contexto, o presente estudo tem por objetivo analisar como uma influenciadora digital brasileira, particularizando o caso de Camila Coelho, posiciona-se no limiar entre dois mundos, o de colonizadores e o de colonizados, dado que a mesma busca valorizar e ser como as suas referências dos Estados Unidos, mas não deixa de manter laços com a sua realidade associada ao Brasil. Para tanto, foi realizada uma pesquisa netnogáfica, norteada pela perspectiva pós-colonial - cujo propósito é retratar as ambiguidades, tensões e interconexões inerentes a fenômenos associados a colonialismo (PRASAD, 2015) -, com coleta de dados primários nas redes sociais (particularmente, no blog de moda veiculado no Youtube e no Instagram) da influenciadora em questão.

Após os comentários introdutórios, o restante do artigo está dividido em mais cinco tópicos. No segundo tópico, discute-se o referencial teórico do estudo, com foco na perspectiva pós-colonial. Em seguida, no terceiro tópico, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados, seguidos pela descrição dos dados, feita no quarto tópico. No quinto tópico, é feita a análise dos dados. Por fim, no sexto tópico, são tecidas as considerações finais.

2. Pós-Colonialismo nas Relações Identitárias

A tradição pós-colonial busca ser um ponto de reflexão crítica a respeito das mazelas resultantes do processo de colonização eurocêntrica, que retirou de sociedades do Sul Global sua identidade, cultura e história (YOUNG, 2003). Nesse processo, povos colonizados foram impostos uma identidade inautêntica, que os subordinou e desumanizou ao ponto de perderem suas referências, que lhes davam sentido de vida (FANON, 2004).

Ao adotar identidades exógenas ao seu Ser, esses povos passam a reproduzir discursos e práticas do colonizador e a vangloriá-lo pelo seu desenvolvimento (SAID, 1979). Tal “admiração” (MEMMI, 1992) leva o colonizado a uma constante busca por legitimação e aceitação do colonizador, o qual ele aspira se transformar, mas sem conseguir se estabelecer em pé de igualdade (FANON, 2004), pois o ‘jogo’ colonial é feito para jamais acabar; o colonizado nunca alcança o seu objetivo (BHABHA, 1994).

É natural que, após estarem sob domínio colonial, povos colonizados percam contato com suas raízes locais e passem a ter no Norte Global as suas principais bases. Assim, acabam dando pouco valor àquilo originário do Sul Global, seus pares e suas instituições, além de si próprios (MEMMI, 1992). Isso enfraquece seus laços com o Sul Global, afastando-os de sua cultura, educação e língua. Isso ocorre, por exemplo, com a imagem de superioridade criada em torno de línguas do Norte Global, principalmente, o inglês (HEMAIS; PESSÔA; BARROS, 2022), fazendo com que povos colonizados acreditem ser necessário se comunicar usando a língua do colonizador, por essa representar conhecimento, e por, supostamente, dá-los acesso a benefícios que dificilmente obteriam utilizando suas próprias línguas (SKUTNABB-KANGAS; PHILLIPSON, 2010).

No caso específico da língua inglesa, faz-se importante conhecê-la pois, com tal aprendizado, povos colonizados estariam se ‘salvando’ e se ‘afastando’ dos atrasos do Sul

Global e da sua falta de desenvolvimento (PENNYCOOK, 2010). Memmi (1992) explica que os colonizados que são capazes de adotar a língua do colonizador passam a experimentar o mundo do seu opressor. Mas, isso os leva a uma condição de isolamento, pois perdem o direito de ter a sua própria história ou de planejar o seu futuro sem que sejam aqueles já imaginados pelo colonizador. Logo, resta-lhe viver no presente, mesmo que “esse presente seja parcial e abstrato” (MEMMI, 1992, p.102), distanciando-o de tudo aquilo que é verdadeiramente seu.

Fanon (2004) complementa o pensamento de Memmi ao apontar que os sentimentos negativos sofridos pelo indivíduo colonizado advêm da inveja que sentem do colonizador e de tudo aquilo que a ele pertence. A falta de condições de vida básicas leva o colonizado a almejar tudo o que o colonizador possui, inclusive, se “sentar à mesa do colonizador e dormir em sua cama... não há um sujeito colonizado que ao menos uma vez por dia não sonha em tomar o lugar do colonizador” (FANON, 2004, p.5).

Essa inveja leva o colonizado a mimetizar o seu colonizador, com a esperança de que, algum dia, alcance o patamar que esse segundo se encontra (BHABHA, 1994). O mimetismo, que pode ser visto tanto na institucionalização, quanto na cultura (TAÑO; TORKOMIAN, 2020), em sua face colonial serve como uma forma de controle do ‘outro’, que, ao seguir tal trilha, torna-se reformado e reconfigurado e, por isso, reconhecível ao colonizador. Tal processo fixa o sujeito colonizado como uma presença “parcial”, i.e., alguém “‘incompleto’ e ‘virtual’” (BHABHA, 1994, p.123), mas que, mesmo em sua parcialidade, apresenta semelhanças ao colonizador. Todavia, por exibir similaridades, os colonizadores entendem que, da mesma forma que eles adotam a colonialidade, os colonizados também o podem – e o podem justamente contra aqueles que os colonizaram. Portanto, é importante que o mimetismo dê esperanças ao colonizado de que conseguirá evoluir e sair do estado de atraso em que se encontra, mesmo que sua evolução jamais lhe eleve ao patamar do seu colonizador (MEMMI, 1992).

A perspectiva pós-colonial serve para ajudar povos colonizados a enxergarem as mazelas de perseguir uma identidade inautêntica a eles (FANON, 2004), conscientizando tais indivíduos sobre as incongruências de tal mimetismo, para que substituam esse processo de valorização do Norte Global por outro que contribua para a sua emancipação (BHABHA, 1994). Tal perspectiva não se propõe a substituir identidades e valores eurocêntricos, pois mesmo esses podem dispor de valiosas contribuições. O que se deseja, todavia, é a criação de uma possibilidade que permita ao colonizado ter a opção de não seguir uma trajetória que lhe resulte em mais perdas do que ganhos, algo que, historicamente, jamais foi oferecido a ele.

Assim, é comum encontrar casos de indivíduos que transitam entre duas realidades, em um espaço cultural denominado por Bhabha (1994) de “Terceiro Espaço,” no qual se vivencia a realidade do colonizador, ao mesmo tempo em que se mantém laços com o mundo colonizado. Estes indivíduos são deslocados de suas origens, e supostamente deveriam se alinhar aos preceitos do Norte Global, mas somente o fazem até certo limite, de forma a não se deixar tornar um mero mimetizador do colonizador. Assim, eles aprendem sobre aquilo que o colonizador tem de melhor e pior, e utilizam tal conhecimento como uma forma de resistência a uma imposição completa das referências hegemônicas. A constituição identitária de tais indivíduos é, então, fragmentada, pois se forma a partir de duas realidades: ao mesmo

tempo que eles são iguais aos seus colonizadores, não o são, mas também não podem ser considerados completamente espelhados no colonizado, embora o sejam (BHABHA, 1994).

3. Procedimentos Metodológicos Adotados no Estudo

Para alcançar o objetivo do presente estudo, foi realizada uma pesquisa norteada pela perspectiva pós-colonial. A utilização dessa ótica teria como propósito retratar ambiguidades, tensões e interconexões associadas ao fenômeno colonial estudado (PRASAD, 2015). Na prática, significa utilizar procedimentos metodológicos considerados tradicionais, porém deslocando a sua geografia da razão e submetê-los a ideologias advindas de outro *locus*, que não aquele do colonizador, buscando criar conhecimento que avance a causa do colonizado, e não a metodologia em si (MIGNOLO, 2009).

Por se tratar de um estudo que tem como principal contexto de análise o mundo online e as redes sociais, considerou-se que a metodologia de base mais adequada para conduzir a pesquisa seria a chamada netnografia, que se baseia na etnografia, porém adaptada para o meio único das interações sociais promovidas pela tecnologia (KOZINETS, 2015; KOZINETS, DOLBEC, EARLEY, 2014). Essa escolha se demonstra particularmente interessante para o estudo visto que busca trazer um olhar sobre cultura, objeto aqui também analisado.

Norteados por essas definições, a coleta de dados foi realizada a partir de parâmetros pré-estabelecidos. Determinou-se, assim, que: a análise estaria limitada a apenas um blog, dada a dificuldade em abranger diversos dados sem que houvesse comprometimento das reflexões; o blog seria escolhido pela sua capacidade de influência, de forma que o número de seguidores e alcance das publicações fossem relevantes; e o blog deveria ter origem nacional, mas que permitisse observar referências a outros países – principalmente os do Norte Global. A partir destes critérios, fez-se uma busca entre blogs de moda e redes sociais de influenciadoras digitais brasileiras, com apoio do site de rastreamento e estatística de usuários Social Blade. Decidiu-se, então, que o blog mais adequado para o presente estudo seria o da influenciadora Camila Coelho.

Camila se destaca no mundo da moda quando comparada às demais blogueiras brasileiras de sucesso a começar porque mora nos EUA desde a sua juventude e fomenta laços com o Brasil. Ela também possui significativo número de seguidores e extenso conteúdo online: atualmente, possui mais de 3,44 milhões e 1,27 milhões de inscritos em seus canais do YouTube em português e em inglês, respectivamente; 8,8 milhões de seguidores no Instagram; 274,8 mil seguidores no Twitter e mais de 2,68 milhões de curtidas em sua página do Facebook.

Devido à abundância de conteúdo, delimitou-se um recorte mais específico para a coleta de dados. Após explorar suas redes sociais e o seu site, o canal em português “MakeUpByCamila” e seu Instagram foram escolhidos como foco desse estudo. Dois fatores impactaram essa decisão: primeiramente, o canal do YouTube foi aquele no qual Camila iniciou seu blog, sendo fonte de material histórico, que data desde 2010; e, em sequência, o amplo sentido verbal e não-verbal que conteúdos transmitidos em vídeos, fotos e legendas permitem (já que propagam falas e imagens do estilo de vida transmitido nessas redes). O canal do YouTube foi acompanhado por um intervalo de oito meses (entre março e novembro de 2017), período em que foram vistos e selecionados uma série de vídeos. Inicialmente, foram

selecionados 100 vídeos que condiziam com as seguintes categorias: trajetória da blogueira, seu cotidiano e estilo de vídeo, eventos, viagens e *vlogs*. Levando em consideração a diversidade de formatos encontrados no canal da Camila, foi preciso estabelecer esse foco mais específico no tipo de vídeo que seria observado, pois diferentes vídeos podem fortalecer diferentes abordagens: mercadológica e comercial, quando voltados para produtos; cultural, quando voltados para viagens e cotidiano; estilo de vida, quando se tratam de depoimentos e respostas a perguntas. Nesse sentido, para a presente pesquisa, julgou-se mais adequado dar preferência a vídeos que expressassem a trajetória de vida da blogueira, e que mostrassem seu cotidiano, suas viagens e seus eventos de moda. Ou seja, foi trazido um foco para um conteúdo que trata mais naturalmente de como é a vida da Camila e que exprime com mais força os valores culturais propagados pelo blog. Portanto, um novo recorte foi, posteriormente, realizado, com base nesses critérios, chegando-se a 36 vídeos para análise, que seriam os vídeos mais fortemente ligados com a temática cultural e que expressam mais claramente valores e ideais da realidade da influenciadora. Estes vídeos foram analisados ao longo do período de acompanhamento de forma mais detalhada, tabelados com comentários em cada um, cada qual contando com anotações, observações, sinalização sobre as temáticas culturais abordadas (trajetória pessoal, paralelos entre Brasil e Estados Unidos, estilo de vida etc.) e transcrições para que houvesse consistência e propriedade na análise do material.

Adicionalmente, foram observados dados secundários de entrevistas, contando com algumas matérias em sites e revistas (como *Glamour*, *L'Officiel*, *Vogue* e *Exame*), com objetivo de compreender o contexto da influenciadora e a sua história. Esse material foi levantado pontualmente por pesquisas na Internet e revistas, tendo em vista complementar a compreensão do histórico da influenciadora, do seu contexto nos dois países e como essa trajetória se apresentou.

O Instagram da influenciadora, por sua vez, foi acompanhado por aproximadamente três anos (2017 a 2020), tendo, no final desse período, aproximadamente 2.600 conteúdos produzidos, entre fotos e vídeos. Nessa mídia, foi realizada uma análise com foco em avaliar a vida da blogueira, sem tanta edição ou preparação detalhada de conteúdo. Assim, essa ferramenta serviu principalmente para entender seus últimos projetos e como ela se comunica, sem uma separação de canal entre estrangeiros e brasileiros.

A análise dos dados seguiu três etapas. Inicialmente, os áudios dos vídeos foram transcritos. Em seguida, esse conteúdo foi codificado, para organizar os dados levantados. Em paralelo, também foram codificados os dados retirados do Instagram da influenciadora. O processo de codificação foi feito com base no referencial teórico e em achados que surgiram a partir dos dados. Por fim, foi realizada a interpretação dos dados, momento esse quando os dados surgidos e organizados a partir dos vídeos foram comparadas com os conteúdos do Instagram e os dados secundários, buscando-se semelhanças e diferenças nos relatos de Camila Coelho. A partir desse processo, foi possível chegar às categorias de análise do estudo, apresentadas a seguir.

4. Descrição dos Dados

4.1. A brasileira que emigrou aos EUA

Camila Coelho é uma brasileira, nascida em Minas Gerais, que se mudou para os EUA em sua adolescência. Embora longe do país há anos, ela identifica-se ao seu público seguidor como sendo uma “brasileira e mineira” e diz que sua migração ocorreu em função de sua família planejar sair do país: “deixei o Brasil aos 14 anos, seguindo os passos da minha família. Não tinha sonho nenhum. Nem sabia quanto tempo ficaria por lá” (GLAMOUR, p. 51, mai. 2017). A blogueira narra que, ao chegar nos EUA, foi morar com parentes na Pensilvânia, estado onde terminou seus estudos no “*high school*” (COELHO, 2016a). Ao retratar esse período escolar, Camila afirma que foram anos alegres em sua vida e que não sofreu preconceito por ter imigrado ao país: “Graças a Deus, nunca senti nenhuma dificuldade ou preconceito pelo fato de ser imigrante. Tive a sorte de conhecer pessoas legais assim que cheguei” (GLAMOUR, p.51, mai. 2017).

Após terminar o colégio, e antes de decolar com sua carreira de blogueira, Camila trabalhou na loja de departamento norte-americana *Macy’s*, como vendedora da marca *Dior*. Entretanto, sua experiência com a referida varejista parece não ter sido tão marcante quanto a sua relação com a marca francesa; em um dos seus primeiros vídeos, ela não menciona a *Macy’s*, porém dá destaque exclusivo à *Dior* nesse período inicial da sua profissão. Segundo ela, foi a experiência inicial com essa fabricante de cosméticos que possibilitou sua entrada no mercado da beleza como maquiadora (COELHO, 2010), colocando a marca de luxo como crucial na sua história.

Seu impulso para investir na carreira de blogueira surgiu quando, em determinado momento não especificado, Camila encontrou no YouTube tutoriais de maquiagem, e passou a acompanhar os vídeos da influenciadora digital estadunidense Kande Johnson (COELHO, 2016a). Sendo impulsionada por familiares e amigos, a brasileira decidiu então criar seu próprio canal, em 15 de junho de 2010. Ao perceber ter afinidade com a prática digital, Camila decidiu, um ano depois, criar o seu agora famoso blog Super Vaidosa (COELHO, 2016a). Pouco depois, e após já começar a ganhar notoriedade entre o público brasileiro, Camila decidiu criar um canal do YouTube em inglês, considerado por ela um ponto marcante em sua trajetória profissional (COELHO, 2012a). Foi por meio especialmente dessas duas plataformas que Camila cresceu profissionalmente e construiu sua carreira nos EUA.

A trajetória ascendente de Camila fez com que, em 2014, ela fosse indicada pela revista Forbes Brasil como uma das 30 figuras mais influentes do país abaixo de 30 anos (EXAME, 2014). A partir de então, sua fama expandiu exponencialmente, a ponto de, em 2019, ser convidada a participar do exclusivo evento de moda Met Gala, promovido pela revista Vogue, – onde a entrada é permitida somente a figuras influentes. Ainda em 2019, a blogueira lançou uma linha de roupas que leva o seu nome, a “Camila Coelho Collection”, junto com a marca estadunidense Revolve, um feito expressivo, alcançado por poucos.

A trajetória bem sucedida de Camila contribui para consolidar a imagem associada a ela de ser uma emigrante de sucesso, que superou diversas dificuldades e ganhou a vida no Norte Global. A influenciadora conseguiu isso pois acredita que as possibilidades às quais foi exposta nos EUA fizeram com que a sua trajetória fosse vitoriosa. Talvez, por isso, adote comportamentos que a aproximam de uma estadunidense, ao mesmo tempo que mantenha laços com o Brasil, conforme é discutido a seguir.

4.2. Adulação a EUA e estadunidenses, carinho por Brasil e brasileiros

Camila se refere aos EUA com adulação. Afinal, alcançou por lá a vida bem sucedida que possui atualmente, e credita o mérito pelo seu sucesso ao país e às condições estruturais nele existentes. Ela segue, portanto, um comportamento comum entre indivíduos que passam a ter contato com seus colonizadores, que é o de valorizar aquilo oriundo do Norte Global, como se tais novas referências fossem tão boas (ou até melhor) do que suas bases originárias (MEMMI, 1992). Camila descreve os EUA, assim, como um local que: “nos inspiram a ser independentes. Lá, ter um *part-time job* [trabalho de meio período] é super comum para os estudantes. Eu adorava sair da escola e trabalhar alguns dias da semana.” (GLAMOUR, p.51, mai. 2017) Essa adulação ao estilo de vida dos EUA aparece nos costumes adotados por ela, que a tornaram uma “cidadã estadunidense” exemplar. Por exemplo, quando perguntada por um seguidor se joga lixo na rua, Camila responde: “Não, porque, se eu jogar, eu vou ganhar uma multa... Aqui nos Estados Unidos, você não pode de jeito nenhum jogar lixo na rua. Então, já é uma coisa que eu não faço” (COELHO, 2013).

Tais sentimentos pelo país se materializam também em sua postura quanto a determinadas figuras estadunidenses que Camila reconhece como influenciadoras em sua vida profissional. Para a brasileira, a blogueira Kandee Johnson serviu de inspiração, pois foi a partir dos esforços dessa estadunidense em divulgar seu trabalho pela Internet que ela decidiu seguir o mesmo caminho (COELHO, 2016a). Segundo Camila, a atividade de postar vídeos sobre maquiagem “começou por um hobby, uma brincadeira. Aí, eu falei assim: ‘ah, vou começar a fazer’, porque eu lembro que eu via as americanas” (COELHO, 2011). Por isso, ela se refere à famosa blogueira e outras também importantes como “gurus” (COELHO, 2010).

Mesmo que apresente tal adulação aos EUA, Camila continua a se referir ao Brasil com sentimentos que remetem a “carinho”, segundo ela, em um esforço (consciente ou não) de evitar perder as essências que formam o seu Ser (FANON, 2004). Embora já tenha criado raízes estadunidenses e reconheça que gosta de residir no país, ela admite que poderia voltar a morar em terras brasileiras se assim entendesse ser o melhor à sua vida: “Se eu tivesse que voltar a morar (no Brasil), moraria, sim. Eu amo o Brasil.” (COELHO, 2015) Em grande parte, seu “amor” pelo país se dá porque nutre boas lembranças de sua infância em Minas Gerais e possui familiares a quem ela ainda visita em suas viagens ao Brasil.

Porém, talvez mais do que nostalgia, sua declaração amorosa em relação ao Brasil também tem por trás o reconhecimento de que foi nesse país que surgiram seus primeiros seguidores. Afinal, foram eles que a ajudaram a alcançar a notoriedade internacional; somente após o sucesso junto ao público brasileiro é que ela começou a criar conteúdo similar para audiências estrangeiras. Diferentemente de Camila, que teve como principais referências em seu início de carreira as blogueiras estadunidenses, os brasileiros passaram a ter contatos com tutoriais de maquiagem e a se identificar com uma influenciadora após conhecerem a brasileira radicada nos EUA. Foi mais fácil aos brasileiros, portanto, entenderem (em razão da língua portuguesa) e valorizarem Camila do que qualquer outra referência – especialmente, internacional -, pois ela era similar a eles. Não à toa, a influenciadora reforça de tempos em tempos que é “brasileira e mineira”.

4.3. Valorização da língua inglesa, naturalidade da língua portuguesa

Um traço marcante da blogueira é a sua relação com a língua inglesa e como essa se faz aparente nos seus discursos; Camila adotou o hábito de pronunciar certos termos com um

sotaque estadunidense. Quando fala sobre a marca *Dior*, por exemplo, pronuncia o nome da mesma como um típico cidadão dos EUA. Isso ocorre até quando toda a sua fala está sendo feita na língua portuguesa, o que acaba destacando aquilo que é pronunciado com uma fonética diferente.

Esse traço também aparece quando a blogueira insere uma expressão do vocabulário inglês para complementar uma ideia construída em português: “sem dúvida, sem pensar muito já vou falar, corretivo! É um produto assim *must have* para mim.” (COELHO, 2012b) A escolha do termo “*must have*,” em detrimento de uma variação no português, manifesta o quão forte é a sua ligação com a língua inglesa. O fato de usar expressões em inglês no meio de uma comunicação em português serve, então, como uma forma de afirmação de que ela seria bilingue e que, nessa condição, poderia ser considerada mais preparada que outras blogueiras brasileiras (que somente se expressam em português), para uma carreira que transcenda somente o Brasil (HEMAIS; PESSÔA; BARROS, 2022). Camila, portanto, ajuda a reafirmar a hierarquia entre a língua inglesa e as demais (SKUTNABB-KANGAS; PHILLIPSON, 2010), embora não abdique da língua portuguesa, por essa se relacionar a suas origens, sua família e a maioria de seus seguidores.

Tal análise pode ser vista quando Camila diz que não possui preferência em gravar vídeos em português ou em inglês. Ela afirma, porém, sentir-se mais à vontade no canal em português, porque se sente “muito brasileira” e falar no seu idioma nativo a ajuda a afirmar isso (COELHO, 2017). Por outro lado, a blogueira aponta que a presença da língua inglesa na sua forma de se comunicar não passa despercebida por parte do seu público, pois suas publicações no Instagram possuem uma legenda escrita primeiro em inglês e, depois, em português. Sobre tal fato, ela comenta:

Eu não posso ali (no Instagram) colocar só português... eu poderia colocar português primeiro e inglês segundo. Mas, inglês é uma língua mundial, e que provavelmente quase todas as pessoas que olharem, de qualquer país que elas estiverem, elas vão entender. Então, eu coloco o inglês primeiro, por ser uma língua mundial, e depois eu coloco português (COELHO, 2017).

Camila mostra que existe uma reflexão deliberada sobre o uso do inglês nas suas redes sociais. Ademais, explicita uma visão de que o inglês é uma língua global, e é a forma mais universal de comunicação, visto que pode ser entendido por pessoas em qualquer lugar do mundo (PENNYCOOK, 2010), incluindo, portanto, o Brasil, e desconsiderando que a possibilidade de ser bilíngue não é de amplo acesso em países do Sul Global (SKUTNABB-KANGAS; PHILLIPSON, 2010). Vale notar que as legendas em português em publicações no Instagram nem sempre representam uma tradução literal do que está escrito logo acima, em inglês:

Looks I want to wear this summer (post-quarantine)! New pieces dropped at @camilacoelhocollection (Avail now at @revolve.com) TRY NOS are on my stories! Looks novos na @camilacoelhocollection (experimentei todas no stories)! Looks que criei há 6 meses atrás, pensando no verão!(Legenda de um vídeo da Camila Coelho experimentando toda a sua coleção de roupas com a Revolve. Postado no dia 29 de abril de 2020, no Instagram da mesma).

4.4. Relação de admiração a marcas estrangeiras e respeito às brasileiras

Camila Coelho frequentemente discute a sua relação com diferentes marcas de moda, tanto estrangeiras, quanto brasileiras. A influenciadora reconhece que sua carreira se iniciou a partir do contato com a marca francesa *Dior*, e que o seu sucesso é sustentado pelo relacionamento com outras marcas de renome do exterior, mas busca oferecer apoio a marcas brasileiras e elevar o seu status no mercado internacional ao dar, a elas, mais reconhecimento por sua qualidade.

Quando Camila fala, por exemplo, sobre qual é a sua marca favorita de maquiagem, não indica ter uma que mais gosta em relação a outra, pois não quer criar uma hierarquização entre marcas nacionais e internacionais (COELHO, 2014). Mas, assume que existe um entendimento generalizado, inclusive entre brasileiros, de que marcas internacionais de moda são as que oferecem mais qualidade, e que, por isso, há necessidade de ela valorizar as marcas nacionais: “O mais importante... é apoiar a moda brasileira. Os nossos estilistas são incríveis... muita gente dá muito mais valor aos estilistas internacionais, e às vezes esquece um pouco dos nossos estilistas” (COELHO, 2016b).

Conforme seu sucesso aumenta, Camila parece ampliar seu acesso a marcas internacionais de luxo (COELHO 2017). Sua carreira profissional é remontada e recontada, entretanto, tendo sempre como ponto marcante a época em que trabalhou como vendedora dos produtos de maquiagem da *Dior*: “foi daí que veio o vício da maquiagem. Me víciei. Os produtos da *Dior* são maravilhosos, então não tinha nem como eu me apaixonar por maquiagem.” (COELHO, 2010). O afeto pela marca é nítido e essa relação se aprofunda conforme ela ganha notoriedade, visto que, mais à frente em sua carreira, passa a frequentar desfiles da marca - com convites para se sentar à primeira fila das passarelas -, como também a usar roupas de suas coleções e ser referência para a marca. Em uma matéria intitulada “Camila Coelho: uma Cinderela em Paris”, na revista de moda *Vogue Brasil*, a seguinte descrição é feita sobre a influenciadora brasileira:

Expoente do fenômeno das blogueiras de moda e beleza brasileiras com seus mais de 3 milhões de seguidores só no *Instagram*, Camila Coelho tem uma trajetória de conto de fadas. (...), dos tempos de maquiadora da *Dior* na *Macy's* à primeira fila do desfile de alta-costura da *Maison*, em julho passado (VOGUE BRASIL, 2015).

Ao mesmo tempo que Camila segue a lógica colonial de valorização daquilo que é do Norte Global, como se fosse obrigatoriamente superior ao que é do Sul Global (MEMMI, 1992), tenta não ser disciplinada por essa estrutura, e reconhece o mérito daquilo que vem de suas origens (FANON, 2004). Ela demonstra, assim, estar ciente dessa disparidade, e busca usar sua posição de influência para não deixar que marcas brasileiras sejam inferiorizadas. Assim, fala favoravelmente sobre empresas nacionais, especialmente aquelas com quem possui parcerias ou com as quais trabalha ou já trabalhou, como a *Le Postiche*, por quem fez uma das primeiras campanhas no Brasil como garota propaganda (COELHO, 2017).

5. Análise dos Dados: o Limiar Vivido por Camila Coelho

As diferentes posturas adotadas por Camila Coelho mostram uma tentativa de a influenciadora, ao mesmo tempo, mimetizar o Norte Global, mas mantendo vínculos com a realidade brasileira. Esse comportamento, em consequência, leva Camila à criação de uma identidade que está sempre no limite entre dois mundos (BHABHA, 1994), pois não se firma completamente no contexto estadunidense, mas também não é somente uma brasileira. Ao

valorizar de maneiras diferentes os EUA e o Brasil, Camila parece querer se apresentar ao seu público brasileiro e estrangeiro como tanto uma estadunidense, quanto uma brasileira, correndo o risco de ser somente uma “latina” no Norte Global - afinal, o processo colonial não dá a indivíduos colonizados a possibilidade de serem plenamente iguais aos seus colonizadores (FANON, 2004) -, e uma “ex-brasileira” para o seu público no Brasil - embora o seu país natal esteja em suas memórias e identidade, tornou-se um local com o qual Camila tem contato esporádico, portanto, longe de sua vida presente.

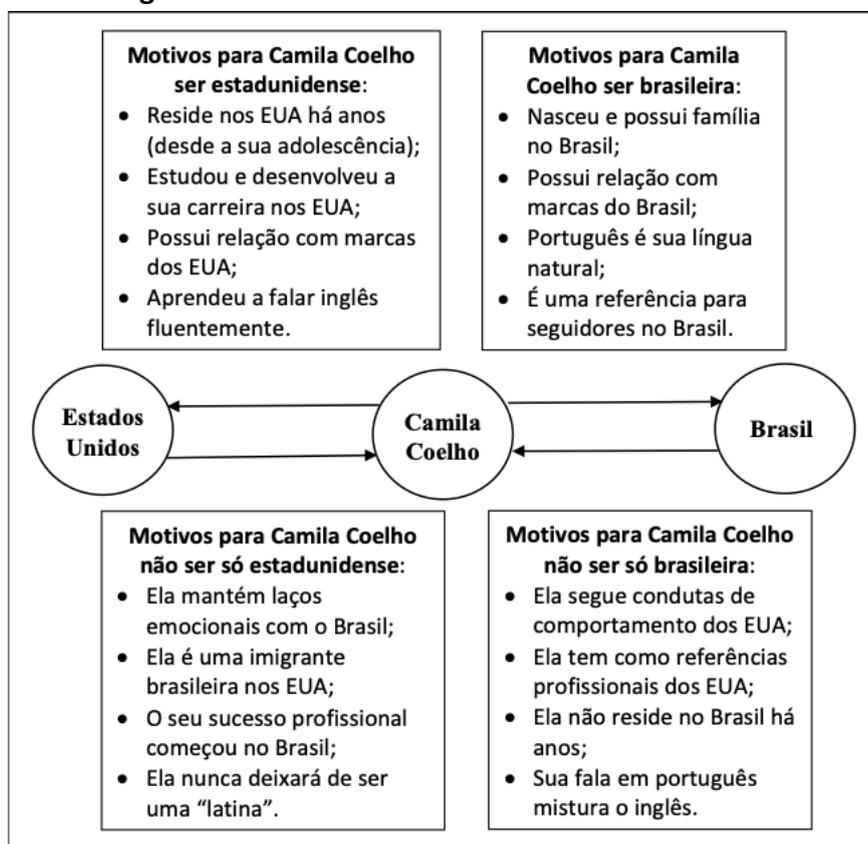
Residir nos EUA não faz de Camila uma estadunidense, mas a aproxima daquilo que ela entende que o país lhe oferece de positivo. Suas raízes, portanto, estão firmadas em contexto estadunidenses, mas seus sentimentos não a deixam abandonar aquilo que lhe é natural e formador de sua identidade (MEMMI, 1992). Então, se, por um lado, a Camila é negada a possibilidade de ser como o seu colonizador (BHABHA, 1994), por outro, ela se conforma para manter a imagem valorizada pelo seu público de ser uma brasileira que obteve sucesso nos EUA, desafiando as dificuldades de ser uma estrangeira no país.

Essa identidade limiar é ainda mais evidente quando analisada a forma como Camila usa as línguas inglesa e portuguesa em suas falas com seus seguidores. Camila transita entre dois mundos linguísticos, ora aquele dos EUA, ora o do Brasil. Ao fazê-lo, tenta criar uma variação de língua quando se comunica com o seu público brasileiro que não é somente a portuguesa. Ela, então, fala português, mas acredita que é necessário complementar a língua com expressões em inglês. O mesmo, todavia, não ocorre quando se dirige ao seu público estrangeiro, pois somente se comunica na língua inglesa, sem termos em português. Para a influenciadora, posicionar-se de maneira diferente quanto ao uso do português/inglês frente ao seu público brasileiro poderia significar perder aquilo que, justamente, a torna distinta de suas colegas influenciadoras: ela está nos EUA, portanto fala inglês em seu dia a dia, mas não quer se distanciar emocionalmente do seu público brasileiro, logo mantém postagens em português. Dessa forma, ao invés de buscar uma adesão total ao inglês ou a uma manutenção total do português, ela aceita essa posição limítrofe, pois aderir a uma ou outra língua, agora, não é do seu interesse.

Tal comportamento transitório também permeia a forma como Camila adota uma postura particular para cada um dos tipos de marcas com quem possui laços. Para aquelas internacionais, aprecia a sua qualidade e o seu renome e alcance global, e busca se associar a elas para impulsionar sua carreira mundo à fora. Sua relação com elas, portanto, é de interesses profissionais, acima de tudo. Nesse processo, acaba por reforçar a ideia de que somente por meio de recursos oriundos do Norte Global, seu desenvolvimento profissional é alcançado (SAID, 1979). Todavia, dada a sua relação afetiva com o Brasil, aproxima-se de marcas brasileiras para impulsioná-las. Faz isso também - e, talvez, acima de tudo - porque tal aproximação a ajuda a cultivar a imagem de que é uma brasileira, mesmo que sua vida seja firmada no exterior. Consequentemente, continua sendo vista por seu público local como alguém com vínculos ao país - até porque a maior parte desses indivíduos somente tem acesso a essas marcas nacionais - e, assim, cultiva uma identidade “mais próxima” à de seus seguidores.

De maneira a melhor ilustrar a forma como Camila Coelho vivencia a sua identidade limítrofe, é apresentada a Figura 1, a seguir:

Figura 1 – Identidade limítrofe de Camila Coelho



Fonte: elaborado pelos autores.

6. Considerações Finais

O presente estudo buscou analisar como uma influenciadora digital brasileira, particularizando o caso de Camila Coelho, posiciona-se no limiar entre dois mundos, o de colonizadores e o de colonizados, dado que a mesma busca valorizar e ser como as suas referências dos EUA, mas não deixa de manter laços com a sua realidade associada ao Brasil. Para isso, foi realizada uma pesquisa netnográfica, adotando-se uma perspectiva pós-colonial, por meio de dados primários advindos do conteúdo em português das redes sociais Youtube e Instagram da influenciadora.

A análise dos dados permitiu entender que Camila Coelho vivencia uma situação particular, dada a trajetória de vida que traçou. Ela é uma cidadã estadunidense e brasileira, e transita entre estas duas realidades de maneira bem sucedida. Embora seja próxima dos EUA, resida lá e tenha alcançado sucesso profissional na terra do Tio Sam, Camila não é uma cidadã estadunidense tradicional, pois o processo colonial do qual ela participa não permite ao colonizado que mimetiza o seu mestre de se tornar igual a ele (FANON, 2004). Resta a Camila, então, manter seus vínculos com o Brasil, e ela assim o faz, até por causa do carinho que sente pelo país. Desta forma, a influenciadora ocupa um espaço cultural-identitário distinto, pois está no limite entre as duas realidades (BHABHA, 1994).

Camila possui, assim, uma identidade limítrofe, e dificilmente deixará de sê-la dadas as razões apresentadas aqui. Mas, de certa forma, tais características a tornam um caso único entre blogueiras digitais, que ela aproveita para expandir sua imagem dentro dos EUA, do Brasil e de outros tantos países. Até o momento, tal plano parece estar rendendo frutos à influenciadora, especialmente entre seus seguidores brasileiros; que na condição de colonizados, valorizam o que é do Norte Global (MEMMI, 1992), e parecem gostar mais ainda do fato de uma “brasileira” que está nos EUA (mas não é dos EUA) fazer sucesso.

Tais discussões pós-coloniais dificilmente são vistas dentro da literatura de marketing (JACK, 2008), especialmente da que se dedica a discutir blogs e suas influenciadoras ou, mesmo, da que fala sobre Camila Coelho (WESCHENFELDER, 2016). Consequentemente, ignora-se como que identidades podem ser constituídas por referências tanto do Norte Global, como do Sul Global, mas sem que uma se sobreponha a outra, fazendo com que aquele indivíduo que segue tal trilha de vida encontre-se sempre no limiar entre as duas realidades (BHABHA, 1994). Foge-se, então, à ideia de que indivíduos de contextos não-hegemônicos frequentemente busquem mimetizar aquilo que é do Norte Global, em detrimento de suas próprias bases do Sul Global, por entenderem que aquilo vindo “de fora” seria melhor (MEMMI, 1992).

O presente estudo é um passo em busca de maior entendimento sobre o fenômeno analisado, todavia, outros estudos deveriam expandir os achados aqui apresentados. Sugere-se, então, como caminho a ser explorado, que se analise o conteúdo criado em inglês por Camila Coelho, a fim de se verificar se o seu posicionamento limiar de ser uma brasileira morando nos EUA também aparece em seu contato com o seu público internacional e como esta narrativa é construída. Além disso, outra sugestão seria analisar outras blogueiras brasileiras e buscar entender se também buscam mimetizar (e em qual grau) valores do Norte Global, ao mesmo tempo que se mantêm próximas à realidade local. Por outro lado, também se faz importante estudar influenciadoras brasileiras que possam ir contra essa corrente, mantendo-se relacionadas somente ao contexto nacional, e como elas se apresentam a seus seguidores no Brasil.

Ao se buscar entender melhor tais questões, será possível começar a criar uma massa de conhecimento que permita revisar determinados pressupostos que mantêm as estruturas coloniais no lugar, e que, por isso, fomentam a continuidade das hierarquias entre o Norte Global e o Sul Global. Incentivamos, assim, que mais pesquisadores que acreditem em caminhos críticos de pesquisa sigam colocando em xeque a superioridade de sociedades Eurocêntricas sobre as demais ao analisar como que as reações/adaptações que indivíduos que vivenciam nos limiares de distintas realidades, como Camila Coelho, são formadas. Casos como estes mostram que, mesmo havendo um processo de colonialismo presente em tal formação identitária, seu efeito é diminuído quando reage-se a tal imposição ao não se abrir mão das bases constituintes de sua origem.

Referências

- BHABHA, H. **The location of culture**. London: Routledge, 1994.
- COELHO, C. **Super Vaidosa**. Disponível em: <<http://camilacoelho.com/en/>> Acesso em: 18 nov. 2017.
- COELHO, C. **MakeUpByCamila**. **Youtube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/MakeUpByCamila/about>> Acesso em: 18 mai. 2019.

- COELHO, C. MakeUpByCamila2. **Youtube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/MakeUpByCamila2/about>> Acesso em: 18 mai. 2019.
- COELHO, C. camilacoelho. **Instagram**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/camilacoelho/?hl=em>> Acesso em: 18 mai. 2019.
- COELHO, C. MakeUpByCamila. **Twitter**. Disponível em: <https://twitter.com/MakeUpByCamila?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor> Acesso em: 18 mai. 2019.
- COELHO, C. Parceria com Flor De Menina. **Youtube**, 14 dez. 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wcb-zVnXo8>> Acesso em: 02 nov. 2017.
- COELHO, C. Um pouco sobre Mim - Camila Coelho. **Youtube**, 30 ago. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vB4sOLOcc9Y>> Acesso em: 02 nov. 2017.
- COELHO, C. Meu Canal em Ingles MakeupByCamila2! **Youtube**, 19 nov. 2012a. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YR4CovUGbtQ>> Acesso em: 03 nov. 2017.
- COELHO, C. Respondendo as Perguntas e Duvidas! Por Camila Coelho. **Youtube**, 23 out. 2012b. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LAZlk-zldCw>> Acesso em: 03 nov. 2017.
- COELHO, C. TAG "Se eu te perguntasse". **Youtube**, 08 nov. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=huundnMUNi4>> Acesso em: 05 nov. 2017.
- COELHO, C. Tag: 25 Perguntas aleatórias. **Youtube**, 05 ago. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q6dTNe_q4m0> Acesso em: 05 nov. 2017.
- COELHO, C. Respondendo Perguntas do SNAPCHAT (Cirurgia no Nariz, Morar no Brasil etc). **Youtube**, 23 jun. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gcN73ViPY4U>> Acesso em: 14 nov. 2017.
- COELHO, C. #VidaDeBlogueira: Prova de looks! **Youtube**, 29 abr. 2016a. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eH3ZqkOmelQ&t=7s>> Acesso em: 15 nov. 2017.
- COELHO, C. Bate Papo: Minha História/Jornada! **Youtube**, 13 maio 2016b. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wcb-zVnXo8>> Acesso em: 15 nov. 2017.
- COELHO, C. Bate Papo Ser Mae, planos, momentos difíceis! **Youtube**, 13 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AnF9pBSTHp4>> Acesso em: 17 nov. 2017.
- ETIQUETA ÚNICA. Sete blogueiras brasileiras que são referência no mundo da moda e nas redes sociais. **Etiqueta Única**, 01 mai. 2020. Disponível em <<https://www.etiquetaunica.com.br/blog/sete-blogueiras-brasileiras-que-sao-referencia-no-mundo-da-moda-e-nas-redes-sociais/>> Acesso em: 06 jul. 2020.
- EXAME. Forbes Brasil elege os mais influentes abaixo dos 30. **Exame**, 28 fev. 2014. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/forbes-brasil-elege-os-mais-influentes-abaixo-dos-30/>> Acesso em: 18 mai. 2019.
- FANON, F. **The wretched of the earth**. New York: Grove Press, 2004.
- GLAMOUR. Camila mais perto. **Glamour**, São Paulo, Globo Condé Nast, n.62, maio, 2017.
- GRANJA, B. Quem são os principais influenciadores digitais de 2019? **MindMiners Blog**, 15 de agosto de 2019. Disponível em: <<https://mindminers.com/blog/influenciadores-digitais-2019/>>. Acesso em: 17 out. 2020.
- GUPTA, P. Consuming the coast: Mid-century communications of port tourism in the southern African Indian Ocean. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.12, n.35, p.149-170, 2015.
- HEMAIS, M.; PESSÔA, L.A.; BARROS, D. The “Esperanto” of business... or how to be successful in life: A decolonial reading, using semiotics, of English language courses’ advertisements in Brazil. **Marketing Theory**, v.22, n.2, p.251-274, 2022.
- JACK, G. (2008). Postcolonialism and Marketing. In: TADAJEWSKI, M.; BROWN, D. (Eds.). **Critical Marketing: contemporary issues in marketing**. Chichester: John Wiley, 2008.

- KOZINETS, R. V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, v. 39, n. 1, p. 61-72, 2002.
- KOZINETS, R. V.; DOLBEC, P.; EARLEY, A. Netnographic analysis: Understanding culture through social media data. In: FLICK, U. **The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis**, p. 262-276, 2014.
- KOZINETS, R.V. Management Netnography: Axiological and Methodological Developments in Online Cultural Business Research." In: CASSELL, C.; CUNLIFFE, A.; GRANDY, G. (Eds.) **The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods**, London: SAGE.
- L'OFFICIEL. Influencer brasileira Camila Coelho faz revelação surpreendente sobre doença. **L'Officiel**, 06 fev. 2020. Disponível em: <<https://www.revistalofficiel.com.br/pop-culture/influencer-brasileira-camila-coelho-faz-revelacao-surpreendente-sobre-doenca/>> Acesso em: 06 jul 2020.
- MEMMI, A. **The colonizer and the colonized**. Boston: Beacon Press, 1992.
- MIGNOLO, W. Epistemic disobedience, independent thought, and decolonial freedom. **Theory, Culture & Society**, v.26, n.7-8, p.159-181, 2009.
- MIGNOLO, W. **The darker side of Western modernity: Global futures, decolonial options**. Durham: Duke University, 2011.
- PENNYCOOK, A. English and globalization. In: MAYBIN, J.; SWANN, J. **The Routledge Companion to English Language Studies**. New York: Routledge, 2010.
- PRASAD, P. **Crafting qualitative research: working in the postpositivist traditions**. New York: Routledge, 2015.
- SAID, E. **Orientalism**. New York: Vintage Books, 1979.
- SKUTNABB-KANGAS, T.; PHILLIPSON, R. The global politics of language: markets, maintenance, marginalization, or muder? In: COUPLAND, N. (Ed.). **The handbook of language and globalization**, West Sussex: Wiley-Blackwell, 2010.
- TAÑO, D.; TORKOMIAN, A. L. Isomorfismo mimético no cinema brasileiro: o modelo norte-americano de governança e a frustração da indústria nacional. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.17, n.49, p.367-388, 2020.
- VOGUE BRASIL. Camila Coelho: uma cinderela em Paris. **Vogue Brasil**, 31 ago. 2015. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/Video/Beleza/noticia/2015/08/camila-coelho-uma-cinderela-em-paris.html>> Acesso em: 29 nov. 2017.
- WESCHENFELDER, A. Transformação da expert em celebridade: o caso Camila Coelho. In: CINGOLANI, G.; SZNAIDER, B. (Eds.). **Nuevas mediatizaciones - nuevos públicos: cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red**. Rosario: UNR Editora, 2016.
- YOUNG, R. **Postcolonialism: a very short introduction**. Oxford: Oxford University, 2003.