

A beleza negra no espelho (digital) da colonialidade¹

Black beauty in the (digital) mirror of coloniality

Lydia Gomes de Barros²

Resumo: Este artigo propõe uma reflexão sobre como se dá a presença de influenciadores negras no ambiente digital para a construção das representações de beleza negra no discurso público. Nesta análise, situamos historicamente a construção do conceito de beleza negra e sua representação imagética do período escravista aos discursos de autovalorização estética postos em circulação por mulheres negras na internet, mobilizando uma abordagem teórica-metodológica interdisciplinar, com o aporte das teorias críticas do feminismo negro e da decolonialidade. O que se reivindica aqui não é a inclusão em sistemas de representação historicamente estabelecidos, mas uma “agência de recusa” (Ahmed, 2020; p.17) em favor de uma ruptura com padrões estéticos excludentes.

Palavras-Chave: Autorrepresentação 1. Beleza negra 2. Influenciadoras negras 3. Instagram 4.

Abstract: *This article proposes a reflection on how the presence of black influencers in the digital environment constructs representations of black beauty in public discourse. In this analysis, we historically situate the construction of the concept of black beauty and its imagetic representation from the slavery period to the discourses of aesthetic self-worth put into circulation by black women on the internet, mobilizing an interdisciplinary theoretical-methodological approach, with the support of the critical theories of black feminism and decoloniality. What is claimed here is not inclusion in historically established systems of representation, but an “agency of refusal” (Ahmed, 2020; p.17) in favor of a break with exclusionary aesthetic standards.*

Keywords: self-representation 1. Black beauty 2. Black woman influencers 3. Instagram 4.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho de Comunicação, Gêneros e Sexualidades. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2025.

² Lydia Gomes de Barros, pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação de Comunicação da UFPE (PPGCOM UFPE), PhD em Comunicação, lydiabarros94@gmail.com

1. Introdução

Pensar a beleza negra no contexto da comunicação digital contemporânea conduz nossa atenção, inevitavelmente, para a relação entre as estratégias discursivas (e psíquicas) da colonialidade, com seus modos de representação essencializados e discriminatórios de corpos negros, e a recusa ao cânone estético branco. A tensão entre a circulação de estereótipos reificados e autorrepresentações afirmativas vem se intensificando com o aumento da diversidade de vozes negras nas redes sociais digitais, como é exemplo o Instagram, em um movimento de autodefinição e autodeterminação há até pouco tempo invisibilizado, embora demograficamente ainda desigual, afinal, 56,10% da população do Brasil é negra, somando o contingente de pessoas pretas (19,2 milhões) e pardas (89,7 milhões), de um total de 209,2 milhões de habitantes, segundo Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua 2022 do IBGE.

O ecossistema de criadores brasileiros de conteúdo digital para redes sociais digitais é majoritariamente composto por pessoas brancas (63,1%), sendo 63,4% mulheres e estando a comunicação (19,8%) e a moda (18,9%) entre os segmentos com maior número de criadores não brancos³. Embora esses números reproduzam desigualdades estruturais históricas, é incontestável a expansão e popularização de perfis de mulheres negras nessas plataformas, vocalizando pautas diversas, consubstanciadas ou não no letramento racial e na agenda feminista. Levantamento feito pela PretaLab em 2018, com foco na inclusão digital e baseado em entrevistas online realizadas ao longo de 2017 buscando compreender como as mulheres negras se apropriam das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) em suas práticas de resistência, apontou a diversidade de usos das tecnologias - de manifestações políticas e comerciais à formação de comunidades de interesse, sobretudo nas plataformas de sociabilidade, onde as interações discursivas que enfatizam as características raciais proporcionam aos usuários o sentimento de pertencimento (LIMA E OLIVEIRA, 2020).

³ Dados de 2022 da pesquisa *Creators & Negócios*, realizada pela agência de economia criativa Brunch, em parceria com o hub de conexões e negócios YOUNIX. Em relação a 2021, o percentual de criadores “amarelos” dobrou, de indígenas se manteve na mesma representatividade, e de pessoas autodeclaradas pretas caiu de 27,3% para 16,9% em 2022, sendo que o levantamento incluiu a categoria “pardos” na pesquisa, com 13,7% de pessoas assim autoidentificadas, totalizando 30,6% quando somados pretos e pardos. Disponível em https://taq.younix.com.br/2022_pesquisa_creators_negocios_2022, acesso em 21/11/24.

O mesmo estudo demonstra que, para além da finalidade econômica, mulheres negras usam a tecnologia na busca de caminhos para a solução de problemas sociais, criando proximidade com o que gostariam de criar, mas que não tiveram oportunidade. O acesso da população negra e de baixa renda à internet teve seu “boom” em meados dos anos 2000, no rastro do relativo aquecimento econômico e aumento do poder de consumo dos brasileiros no período, e da conectividade comercial e popularização da rede social Orkut (LIMA E OLIVEIRA, 2020). A queda nos valores dos smartphones e o sucesso global das redes sociais pavimentou o fenômeno do marketing de influência - particularmente em foco nesta investigação - com a emergência dos chamados influenciadores digitais, protagonistas das estratégias de marketing das empresas, como agentes de divulgação de marcas, impulsionadores de consumo e de fidelização.

O poder de influência desses comunicadores entrou no radar das empresas durante a pandemia do coronavírus, entre 2020 e 2022, quando houve um aumento exponencial na verba publicitária destinada aos *creators*, fenômeno global capitaneado por países como Estados Unidos, Índia e Brasil. São 144 milhões de brasileiros fazendo uso das redes sociais, dois terços da população do país, segundo o relatório 2024 Digital: Brazil⁴. Com o agravante de que, além de figurar no topo desse ranking, o Brasil é o segundo país no qual os usuários passam mais tempo online, cerca de 9h13min, atrás apenas da África do Sul, segundo dados do Global Digital Report 2024⁵.

O trabalho de produtores de conteúdo negros acompanhou esse crescimento no país, embora a inserção nesse mercado reflita a realidade de desigualdades socioraciais no mercado de trabalho. Disparidade ainda mais evidente quando se analisa a remuneração: criadores negros recebem em média R\$ 1.626,83 por campanhas, enquanto seus colegas brancos recebem R\$ 4.181,01 - diferença superior a 50%⁶. Além disso, muitos influenciadores negros relatam experiências de desvalorização e discriminação, como receber menos por campanhas

⁴ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil?rq=brazil>. Acesso em novembro/2024.

⁵ <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Acesso em novembro de 2024.

⁶ Dados da pesquisa “Um retrato sobre Creators Pretos no Brasil”, primeira no país sobre esse mercado com o recorte racial. Disponível em <https://forbes.com.br/forbes-tech/2020/09/especial-inovadores-negros-20-creators-que-tem-muito-a-dizer/>. Acesso em 02/01/25.

ou não serem escolhidos para projetos em que foram cotados. O Instagram, com 59,6%, é a rede social mais utilizada nesse ecossistema, seguido pelo YouTube (12,7%), TikTok (11,8%), Twitter (3,2%), LinkedIn (2,9%) e outros, segundo dados da Creators & Negócios (2022).

Influenciadoras negras seguem sub-representadas regionalmente e fora do campo de visão das grandes marcas - somente 7,6% dos criadores são mulheres não-brancas, que vivem em capitais fora do Sudeste⁷, sem falar na restrição às pautas raciais, em oposição à liberdade temática das influenciadoras brancas. Essa realidade evidencia o caráter interseccional de discriminações históricas tributárias da colonialidade (CRENSHAW, 2002; COLLINS, 2019), que delegam papéis subalternos à população negra, sobretudo às mulheres negras, neste caso, reproduzindo no mercado digital discriminações de raça, gênero e território, e contrariando o discurso da equidade das plataformas digitais.

Apesar do engajamento de perfis de criadoras como Patrícia Ramos (@patriciaramos), com 5,5 milhões de seguidoras/es, e Eliziane Berberian (@elizianeberberian), com 1,1 milhão de *followers* - analisados nesta pesquisa -, há desafios estruturais no caminho das comunicadoras negras brasileiras, como a dificuldade de acesso à tecnologia e à formação técnica que garanta a qualidade (e competitividade) do conteúdo produzido, e a discriminação algorítmica nas plataformas digitais, que reproduz desigualdades e dificulta a visibilidade desses perfis. Esclarecedora, nesse sentido, a crítica feita por Isabela Maria Soares da Silva (2023) à baixa representatividade de profissionais negros na área da tecnologia em sua relação com os algoritmos, que acabam por reforçar preconceitos raciais ao replicarem vieses presentes nos dados que alimentam as IA (Inteligências Artificiais).

Dito isso, é importante ressaltar que a presença dessas (e tantas outras) mulheres negras no ambiente digital - para além das estratégias comerciais acionadas por cada uma delas, mais ou menos integradas à plataformização (PINHEIRO MACHADO, 2023), mais ou

⁷ Revista AzMinas, julho de 2024, atualizada em setembro de 2024
<https://azmina.com.br/reportagens/influenciadoras-negras-e-plurais-revolucionam-internet/>. Acesso em outubro de 2024.

menos focadas no ativismo racial baseado na autovalidação estética e identitária, fortalece as demandas por representatividade e contribui para uma mudança na percepção social da estética da negritude, de forma expandida e heterogênea. Nesse sentido, a internet se configura como um canal crucial para a construção (e circulação) de novas narrativas sobre beleza, ainda que o impacto dessas vozes isoladas, em termos de mudanças sociais, seja processual e intermitente.

A reflexão que propomos aqui é empreendida como recorte de uma pesquisa em curso sobre as estratégias de autoestima, autodefinição e empoderamento, acionadas pelas influenciadoras negras citadas acima⁸, na plataforma digital Instagram, a partir da apropriação e valorização da estética negra, com discursos assentados em narrativas sobre o cotidiano, dicas de beleza, saúde, bem-estar e autocuidado. Todavia, em vez de apresentar uma análise dos perfis que compõem o objeto desta pesquisa, nossa intenção neste artigo é discutir historicamente as representações da beleza negra no discurso público, fazendo uso das teorias críticas do feminismo negro e da decolonialidade, em uma abordagem multidisciplinar, para interrogar o potencial de desconstrução dos estereótipos atribuídos aos corpos das mulheres negras a partir da circulação na internet dessas narrativas autodefinidas e autorreferentes.

2. Visibilidade e mobilidade

É importante compreender o engajamento digital das pessoas negras, neste caso, especificamente das mulheres negras, como legado dos avanços políticos e culturais do Movimento Negro Unificado (MNU), a partir da década de 1970, e do trabalho de intelectuais negras como Lélia Gonzalez (1981, 1987, 1988), Neuza Santos Souza (1983, 1991), Beatriz Nascimento (1974, 1977, 1986), Conceição Evaristo (2003, 2006, 2016) entre outras, cujas obras foram (e seguem sendo) revisitadas pela academia e pela militância feminista negra. A construção de uma epistemologia feminista negra, que considera as barreiras de raça, classe e gênero a partir das corporeidades e subjetividades, possibilitou um novo meio de transmissão e intervenção no mundo, que foi amplificado com a inserção de pessoas racializadas no ensino superior a partir das políticas públicas de cotas socioraciais, a

⁸ A pesquisa inclui, ainda, os perfis das influenciadoras Wladia Goes (@wladiagoes) e Isa Freitas (@isablackwomen).

partir dos anos 2000, sedimentando conquistas emancipatórias históricas (GOMES; BAPTISTA DA SILVA; et all, 2021), (FLORES, 2022), SANTOS (2009).

É necessário ter em mente que o fenômeno dos *digital influencers* racializados no Brasil está fundado na dinâmica comunicacional da sociedade em rede e à lógica mercadológica da diversidade e da inclusão - o aumento do poder de consumo dessa população é um argumento de convencimento definitivo para as empresas que anseiam capitalizar a influência de comunicadores sobre as decisões de compra da audiência negra. O crescimento da presença negra nesse ambiente, neste sentido, está relacionado ao acesso às ferramentas de produção de conteúdo digital (ainda que básicas, na maioria das vezes) e às demandas por representatividade, que vêm possibilitando a construção de uma memória negra digital. Também está associada à precarização do mundo do trabalho (DE MIRANDA; GROHMANN; et all, 2023) que alimenta massivamente a lógica aspiracional do sucesso e da mobilidade social - não por acaso, o sucesso da cartilha dos *coaches*, que leva milhões a embarcarem no ambiente digital na esperança de conquistar dinheiro e visibilidade.

É reveladora, nesse aspecto, a pesquisa da antropóloga Rosana Pinheiro Machado (2023) sobre o que chama de “plataformização”, a partir da análise da relação entre trabalho precário e plataformas de redes sociais. O estudo aponta que 25 milhões de pessoas economicamente ativas atuam com o chamado marketing digital no Brasil. Contingente que, segundo o primeiro relatório do levantamento, reproduz a base da pirâmide social brasileira, com mulheres negras periféricas dominando o segmento. Ressalte-se que o marketing digital, nesse estudo, abarca além das redes sociais, os apps de serviços e trabalho, que mobilizam tanto pessoas que publicizam seus perfis pessoais/profissionais nas plataformas, quanto aquelas que preferem o anonimato, lidando diretamente com o tráfego de vendas.

Ainda que não seja objeto do seu estudo, a preocupação estética se faz presente nas entrevistas realizadas pela autora com as mulheres que estão na base desse mercado - a quem a racionalidade neoliberal atribui a qualidade de *guerreiras* (GAGO, 2014), cooptadas pelos discursos do autocuidado e do empoderamento como estratégia de autoafirmação, em uma dinâmica que dialoga com o feminismo de mercado (JANUÁRIO, 2022). Mas a beleza para essas mulheres, ressalta Pinheiro Machado, está relacionada ao dia a dia, às contas pagas, à

saúde e à qualidade de vida, raramente apenas como exaltação à forma física: “muitas mulheres negras não querem aparecer porque não gostam dos dentes, não arrumaram o cabelo... mas muitas se viram, procuram um café, um outro lugar, para mostrar como estão prosperando”- explicou a autora em entrevista ao podcast “Café da Manhã”⁹.

Como bem demonstra Naomi Wolf (2002), a estética é uma forma poderosa de opressão de gênero, mas devemos lembrar que ela é ainda mais violenta para as mulheres negras. Condição decorrente dos processos de racialização que forjaram a sociedade moderna ocidental, o capitalismo e a construção das nossas subjetividades, acionando mecanismos de negação e autoinvalidação, potencializados por estereótipos que reciclam o pensamento colonial e validam o poder discriminatório da colonialidade. Natural, assim, que a relação da mulher negra com o próprio corpo passe pela valorização identitária e cultural; pelo autoamor e à autoestima, que corroboram a descolonização das experiências estética e subjetiva, por uma “movimentação interna de tomada de consciência” (BERT, 2019, p. 20), e até mesmo pela inclusão na ordem liberal capitalista, que abre a possibilidade da mobilidade sociocultural.

3. E a beleza o que é?

Mergulhada na vivência negra, a escritora Christina Sharpe (2023) propõe um entendimento de beleza particularmente fecundo, ao equiparar esse atributo a um método. Citando Saidiya Hartman, a autora fala sobre alcançar “uma noção da amplitude do porão, do barracão e da prisão, e expandir nosso conhecimento do que pode escapar desse compartimento e desse confinamento e a que custo, além do que pode ser feito nele e apesar dele” (SHARPE, 2023, p. 21). A beleza, afirma, é uma experiência profundamente entrelaçada à vida cotidiana, em um campo de tensão onde a existência negra é ao mesmo tempo celebrada e desumanizada, onde a violência simbólica - exercida por meio de símbolos, discursos, gestos e representações e imposta aos grupos subordinados pelo grupo dominante a fim de impelir a aceitação de estruturas de poder e subordinação (BOURDIEU,

⁹ Disponível em

<https://open.spotify.com/episode/2BRvdQYlrOnjAXQliAOQeD?si=nDSp-7qmRwCUN0vdZtcYUA>

acesso em 12/11/2024.

1989) - uma vez explorada, é apropriada e transformada em objeto de consumo por sistemas racistas.

A afirmação da beleza negra, nessa perspectiva, é possibilidade de criação de novos mundos. Não se trata de uma estética ou um ideal universal, mas uma perspectiva crítica, multifacetada, desvelada pelos contextos históricos e sociais que moldam a forma como ela é percebida, praticada e negada. Para Christina Sharpe, a beleza é lugar de refúgio para as comunidades negras, espaço onde é possível encontrar dignidade e humanidade em meio à desumanização histórica das pessoas negras. Uma proteção encontrada em práticas cotidianas — no cuidado com o corpo, no vestuário ou na música — e em manifestações artísticas e culturais mais amplas.

Christina Sharpe (2024) destaca a capacidade das pessoas negras criarem beleza nas circunstâncias mais adversas, como uma forma de afirmar sua existência e lutar contra as tentativas de apagamento. A beleza, assim, é um ato de resistência, um espaço onde a subjetividade negra pode florescer, apesar das violências que buscam sufocá-la, materializando-se nos pequenos gestos, no cuidado, no afeto e na manutenção de vínculos que sustentam a vida.

Quando estava à beira da morte, minha mãe ainda fazia à mão os enfeites de Natal. Ao desfazer as malas após uma mudança, foi uma surpresa reencontrar os corações de feltro vermelho com os alfinetes pretos prendendo-os, o círculo de feltro preto com seu próprio arranjo de alfinetes - os alfinetes comuns de cabeça chata, os de cabeça redonda nas cores vermelha, branca e marrom. O amor da minha mãe pela simetria: até os alfinetes tortos têm um lugar só para eles. Foi uma surpresa encontrá-los novamente, como a beleza é surpreendente. E mais, do que é feita a beleza? Atenção, sempre que possível, a um tipo de estética que, sempre que possível, escapa da violência, mesmo que seja só o arranjo perfeito de alfinete. (SHARPE, 2024; p. 123).

Embora seja fonte de libertação e insurgência contra a “vergonha fabricada por outrem (SHARPE, 2023; pág. 21), a beleza negra esbarra em sistemas de representação que objetificam e inferiorizam as pessoas negras, a reboque de uma autoridade estética branca que

afirma que “o negro é o outro do belo” (SOUZA, 2021; p. 59). A legitimização do ideal do ego branco, aponta Neusa Santos Souza (2021), se detém sobre a experiência emocional dos negros e se projeta numa ânsia introjetada de branqueamento. Trata-se de um atributo individualista que projeta o desejo de inclusão/ascensão social, no Brasil, fundado no combalido mito da democracia racial, construção ideológica assentada na ideia de harmonia racial fundada na miscigenação brasileira, que impediria barreiras legais e institucionais à plena igualdade de oportunidades e acessos. Uma falácia que mascara o racismo estrutural brasileiro e perpetua hierarquias sociais excludentes, e que ainda opera como sustentáculo estruturador das relações raciais, numa dinâmica que naturaliza a universalidade do padrão estético brancocentrado e hierarquiza a gradação cromática da pele, como produto ideológico do colorismo.

Em sua análise sobre as continuidades e descontinuidades das representações da estética negra a partir do Brasil escravocrata, Amanda Braga (2013) constata que o conceito de beleza absorve, expele, massifica e singulariza os símbolos culturais em circulação em diferentes momentos históricos, carregando novos sentidos e produzindo novos padrões e repertórios culturais. A pesquisadora se detém nos processos de ressignificação/atualização do modelo de beleza negra numa sistemática que mobiliza memórias, exclusões e reapropriações de discursos historicamente reproduzidos, conformados na engrenagem neoliberal capitalista.

4. A (in)visibilidade como construto ideológico

A genealogia da representação da beleza feminina esboçada pela autora discorre sobre a ressignificação dos signos femininos revelados em litografias, aquarelas e fotografias, da pré-história à contemporaneidade. Da associação da figura feminina à fertilidade, no Neolítico e Paleolítico, à antiguidade clássica, com os atributos femininos representados simultaneamente como temíveis e sedutores, mantida a prevalência estética masculina (LIPOVETSKY, apud BRAGA, 2013). Do corpo-demônio da mulher na Idade Média, à exaltação da beleza física e espiritual da mulher como obra divina, na era moderna¹⁰.

¹⁰ Disponível em <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/6222/1/Arquivototal.pdf>. Acesso em 12/11/2024.

Amanda Braga aponta os deslocamentos da *Vênus* mitológica romana, correspondente à deusa grega Afrodite - símbolo de beleza e virtude moral reproduzida por diferentes culturas ao longo da história ocidental - ao surgimento da *Venus Noire* (*Vênus Negra*), conhecida como Vênus Hotentote, na França do século 19, que introduziu o domínio do corpo sobre a concepção de uma Vênus totalmente desvinculada da noção de beleza - o outro do belo! A espetacularização do corpo de Saartjie (Sarah) Baartman, nome de batismo da *Venus Negra*, corroborou a objetificação e desumanização do corpo da mulher negra, fundadas na patologização das características físicas naturais ao povo khoisan¹¹.

O corpo de Sarah, com suas formas destacadas, foi exibido na Europa como aberração em feiras e exposições, e retratado obsessivamente como objeto de curiosidade e choque para os padrões estéticos eurocêtricos. O imaginário criado em torno da *Vênus Negra*, ao articular raça e sexo, fundou uma representação patologizante da sexualidade feminina não branca, constituindo uma imagem-fetiche de hipersexualização, que persiste como herança da opressão colonial, apesar da ressignificação das representações contemporâneas da mulher negra. Para Janell Hobson (2018), o espetáculo de desumanização imposto à Baartman moldou as representações de beleza e negritude feminina; sua figura, diz a autora, está situada no domínio mais vasto da identidade, da estética e da política no contexto contemporâneo da diáspora negra.

Os discursos normativos (e pseudocientíficos) da colonialidade perpetuaram a discriminação sobre os corpos negros. Na análise que faz dos estereótipos disseminados pela mídia de massa nos Estados Unidos, Patrícia Hills Collins (2019) situa historicamente a circulação de imagens negativas da condição de mulher negra a partir do que chama de “imagens de controle”, constituídas com vistas à manutenção de opressões interseccionadas de raça, gênero e classe social. Cita figuras centradas na lógica do mito da subordinação ao poder branco (a *Mammy*), na agressividade das mães que negligenciam os filhos (a matriarca), na preta preguiçosa que se escora nos programas assistenciais do governo (a *welfare mother*), na negra sexualmente agressiva, insaciável, objeto de descarte (a Jezebel), entre outras, numa crítica à essencialização imagética propagada globalmente pelo sistema

¹¹ As mulheres khoisan possuíam uma espécie de “avental frontal”, que denotava uma hipertrofia dos lábios vaginais, e acúmulo de gordura nas nádegas, que lhes dava mais volume e saliência (Braga, 2013).

mundo colonial moderno, tão bem analisada no contexto brasileiro, na década de 1970, por Gonzalez (1983), em sua problematização da figura da mãe preta e da projeção da mulata e da doméstica como alegoria da mucama.

Examinando os papéis sociais atribuídos às negras brasileiras, Lélia Gonzalez aponta a dinâmica sobreposta do racismo, do sexismo e do classicismo como legado nefasto da escravização, que se materializa em um sistema de exclusões simultâneas que também opera no aprisionamento dos corpos das mulheres negras ao padrão estético ocidental (branco) - abordagem pioneira da interseccionalidade, ainda que sem o uso do termo.

O processo de exclusão da mulher negra é patenteado, em termos de sociedade brasileira, pelos dois papéis sociais que lhe são atribuídos: “domésticas” ou “mulatas”. O termo “doméstica” abrange uma série de atividades que marcam “seu lugar natural”: empregada doméstica, merendeira na rede escolar, servente nos supermercados, na rede hospitalar, etc. Já o termo “mulata”, implica a forma mais sofisticada de reificação: ela é nomeada produto de exportação, ou seja, objeto a ser consumido pelos turistas e pelos burgueses nacionais. Temos aqui uma engenhosa oferta de um pseudomercado de trabalho que funciona como funil e que, em última instância, determina um alto grau de alienação. Esse tipo de exploração sexual da mulher negra se articula a todo um processo de distorção, folclorização e comercialização da cultura negra brasileira. (GONZALEZ; 2020; p. 44).

A atribuição do negro como raça e a gama de qualidades negativas conferida a esses corpos prestou-se à justificação do lugar dessas pessoas na estrutura de classes da sociedade brasileira, projetando-se indelevelmente no psiquismo do negro, tanto como desejo de integração quanto de ascensão social (SOUZA, 2021; IANNI, 1992; BENTO, 2022). Tal aspiração introjetada é um bem-sucedido fruto da dimensão ideológica do racismo no Brasil, assentada na falácia da democracia racial, na qual a mestiçagem funciona como organizadora das hierarquias de raça e classe (BUENO, 2020). O discurso da mestiçagem, no entanto, não implica que os setores dominantes se imaginam como não brancos, mas que se trata de uma antiga concessão, assimilada pelo senso comum, em uma sociedade majoritariamente não branca que valoriza a branquitude (SOLVIK, 2009).

5. Beleza negra nas passarelas

É importante situar historicamente o papel da imprensa negra e dos grêmios recreativos afro-brasileiros pós-abolição para a construção de uma imagem da população negra - das mulheres negras, em particular - descolada dos estereótipos desumanizantes atribuídos a esses corpos pela colonialidade. Essa contranarrativa é constituída a partir da atribuição de uma “beleza moral” revelada nos concursos de misses para mulheres negras, a partir do início do século 20, em um esforço social, educativo e político de integração, resistência e auto afirmação, conforme os ditames sociais da época (BRAGA, 2013). Essas instituições entendiam que era preciso promover uma *segunda abolição*, considerando a penúria social da população de africanos e afro-brasileiros e a necessidade de sua inserção social, com uma necessária contestação à associação da imagem do negro à condição de escravizado, ratificada pela atribuição hegemônica de uma inferioridade congênita.

Há nesse movimento um desejo de insurgência contra o preconceito e a discriminação raciais - combatidas com base na valorização da autoestima e da autoafirmação cultural - tanto quanto uma “ostentação dos signos de certo status social” (NASCIMENTO, [2003], apud BRAGA, 2013; p 109), por meio da afirmação do prestígio dos espaços de sociabilidade negra. Por outro lado, é de se observar a conformação à ideologia dominante por essas mídias e organizações civis na organização dos seus concursos de beleza negra, seja no esforço de diferenciação da *massa negra*, ratificando estereótipos que relacionavam os negros socialmente excluídos ao alcoolismo, à promiscuidade sexual, à licenciosidade de linguagem; seja na reprodução de relações de gênero hierarquizadas e na incorporação da ideologia de branqueamento da população negra *integrada*.

Se o apelo à moral e aos bons costumes da época era a tônica dos concursos de misses para mulheres negras, decorria das demandas da elite branca dominante, a qual era preciso oferecer uma “contra-imagem” aos estereótipos fetichizados da sexualidade da mulher negra. Às *senhorinhas* vencedoras, eleitas pelo voto dos leitores dos jornais, eram concedidos, além de outros *mimos*, o destaque em grandes bailes da sociedade, e um modelo de representação da feminilidade negra recatada e virtuosa.

... não há, em momento algum, a exaltação de uma beleza do corpo negro, precisamente. Nesse momento, a beleza negra não passa pelo corpo negro, mas pela sua moral... Já de partida, as fotografias contrastam com o discurso de ativismo político impetrado pelas entrevistadas: em detrimento de um certo vigor político, que nos levaria a uma postura forte, segura e ativa, o que as fotografias nos apresentam são duas mulheres sentadas, em posição de extrema passividade, delicadeza e languidez... Para além das vestimentas e dos traços físicos mais detalhados (inacessíveis devido à qualidade das fotografias), um critério de beleza que nos parece claro nas fotografias estampadas... é o cabelo. As duas possuem o mesmo tipo de cabelo: lisos¹². (BRAGA, 2013; ps. 126-127).

A partir dos anos 1940, a vocalização das lutas contra o racismo, o apartheid social, econômico e geográfico, e à sistemática reprodução de estereótipos impostos à população negra foi amplificada politicamente com a mobilização de intelectuais e pessoas negras incorporadas à sociedade de classe brasileira. Importante, nesse contexto, o trabalho do Teatro Experimental do Negro (TEN), grupo teatral criado em 1944 por Abdias Nascimento, no Rio de Janeiro, que se movimentava entre o campo artístico e projetos políticos, educacionais, jornalísticos, intelectuais e estéticos (OLIVEIRA, 2021). O TEN promoveu iniciativas importantes visando a autoafirmação da beleza feminina negra, como os concursos de beleza “Rainha das Mulatas”, em 1947, e “Boneca de Pixe”, em 1948, ambos realizados anualmente até o ano de 1950¹³.

Como bem ressalta Liv Sovik (2009), há uma ambivalência instaurada no discurso público brasileiro sobre a beleza negra. Apesar das continuidades e descontinuidades históricas decorrentes de conjunturas culturais e políticas e da capacidade de intervenção dos atores sociais, a ideia de mestiçagem enquanto representação idealizada das relações raciais no Brasil continua servindo tanto ao apagamento das hierarquias raciais - que estruturam a sociedade econômica e politicamente - quanto à retórica do afeto como elemento de união

¹² A citação se refere à entrevista concedida pelas vencedoras do concurso Miss Progresso, publicada pelo jornal de mesmo nome, em fevereiro de 1930. A autora destaca anúncios de salões de beleza com serviço de alisamento de cabelos crespos publicados na mesma edição do periódico.

¹³ A nomenclatura desses concursos cristaliza a complexidade das lutas por representatividade e autoestima das mulheres negras no período. A ambiguidade dos termos “mulata” e “boneca de pixe” dá margem tanto à legitimação de hierarquias raciais (a mestiçagem) quanto à objetificação da mulher negra (boneca de pixe). Diversos autores fazem esse debate, inclusive o próprio Abdias Nascimento, que reconhece a dubiedade dos nomes dos concursos (Silva, Jackson D. Leal; Dias, Luciene de Oliveira; et al, 2017).

nacional inter racial. O que absolutamente subverte a adesão à “estética social da branquitude” (SOLVIK, 2009; p. 15) ou a reprodução ideológica de uma superioridade branca em oposição à degradação da estética negra.

A branquitude, alerta Solvik (2009), é uma questão de imagem. E mesmo quando tem sua autenticidade questionada - como no caso brasileiro, que não pode reivindicar a pureza e homogeneidade do patrimônio genético do colonizador europeu - é uma aspiração do projeto colonialista de dominação. Para a autora, um dos mais eloquentes campos de observação da contradição entre os fatos (a formação social do país) e a ideologia (o desejo de aproximação da branquitude) está no ambiente midiático, onde, apesar do reconhecimento da complexidade na herança genética brasileira - a mistura do sangue negro, indígena e branco - persiste a hegemonia do branco como ideal estético. Onde, nos termos de Homi Bhabha (2013), a ambivalência das estratégias discursiva e psíquica de dominação desencadeia processos de subjetivação que subalternizam os grupos minorizados e os aprisiona em estereótipos.

O que poderia ser considerado como história ou reminiscências do período colonial permanece, entretanto, vivo no imaginário social e adquire novos contornos e funções em uma ordem social supostamente democrática, que mantém intactas as relações de gênero segundo a cor ou a raça instituídas no período da escravidão. As mulheres negras tiveram uma experiência histórica diferenciada que o discurso clássico sobre a opressão da mulher não tem reconhecido, assim como não tem dado conta da diferença qualitativa que o efeito da opressão sofrida teve e ainda tem na identidade feminina dessas mulheres. (CARNEIRO, [2003], 2019; p.313).

6. (Contra)Narrativas digitais

O surgimento da microinformática e da convergência tecnológica, a partir da década de 1970, e a popularização da internet, nas décadas posteriores, sedimentou o encontro definitivo entre as tecnologias e as práticas sociais. A cibercultura (Lemos, 2023) desestabilizou o discurso hegemônico ao confrontá-lo a vozes até então desautorizadas pelos regimes de fala e escrita, corroborando a visibilidade da enunciação de pessoas e grupos silenciados. A quebra do modelo de comunicação gutenberguiano, marcado pela

centralização e unidirecionalização da mensagem, afinal, rompeu a hierarquia entre produtores de conteúdo e consumidores (emissor X receptor), possibilitando a apropriação das ferramentas tecnológicas pelos indivíduos e movimentos sociais, ampliando inclusive a difusão e o alcance das agendas pautadas por gerações anteriores de ativistas, a exemplo dos movimentos negro, feminista e LGBTQIAPN+.

Importante ressaltar a inserção dos movimentos sociais no ambiente virtual, especificamente, do feminismo negro brasileiro a partir da década de 2010, à reboque de iniciativas como o Blogagem Coletiva de Mulher Negra (2012), que deu origem ao “Blogueiras Negras” (2013)¹⁴, o Central das Divas (2013), o coletivo Preta e Acadêmica (2015), os coletivos Preta Hacker e PretaLab (2016) e a Rede de Ciberativistas Negras (2017), entre outros (NEVES, apud LIMA, 2024). Historicamente, deve-se situar o esforço dos coletivos feministas negros, ainda no início dos anos 1990, para estabelecer uma política feminista para as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) a partir da Conferência da Mulher, realizada na cidade chinesa de Beijing, em 1995, quando foi reivindicado que a comunicação fosse validada como um direito humano básico (LIMA, 2024).

A partir de então, foram desenvolvidas múltiplas políticas e programas voltados às mulheres, sobretudo as mais jovens, visando a ampliação do alcance político e social de suas ações com o uso da internet. Devido à facilidade de manuseio, o blog foi a ferramenta de discussão inicialmente mais utilizada pelos feminismos no ambiente digital, de acordo com Dulci Lima (2024), dando visibilidade a narrativas pessoais atravessadas por experiências cotidianas de enfrentamento ao racismo, ao machismo, à gordofobia, ao etarismo, à LGBTQfobia, etc. Mobilização progressivamente expandida com a presença das mulheres negras nas redes sociais, convertidas em influenciadoras digitais, com abertura para discussões de temáticas variadas, com destaque para a estética negra, em um processo de ressignificação discursiva que vem impactando a autoestima e a autodeterminação das mulheres negras.

¹⁴ A Blogagem Coletiva de Mulher Negra nasceu como blog, criado para incentivar as mulheres negras a produzirem textos interseccionando as opressões de raça e gênero, em comemoração simultânea ao 20 de novembro, Dia da Consciência Negra, e ao 25 de novembro, Dia de Combate à Violência contra a Mulher. O projeto revelou um grupo atuante de blogueiras negras, mais tarde reunidas no site Blogueiras Negras (www.blogueirasnegras.org.br).

Obviamente, é de se celebrar o fortalecimento dessa rede digital de apoio e inspiração para mulheres negras, entretanto, o contradiscurso de empoderamento estético é confrontado sistematicamente nas relações sociais e na linha de fuga da mestiçagem, que mantém relativamente estável o poder hegemônico, negando a existência do negro e escondendo a existência do branco, como tão bem nos lembra Liv Solvik (2009). O advento da cibercultura reconfigurou o campo comunicacional, abalando a relevância da mídia *mainstream* - o espaço ocupado por jornais e redes no século 20 agora é tomado pelos indivíduos, que impõem as suas próprias regras -, e impondo diversidade e inclusão às indústrias culturais, mas o racismo estrutural brasileiro segue produzindo subjetividades.

Às mulheres negras capturadas por esse discurso, cabe o esforço de investir em tratamentos e cuidados estéticos dispendiosos e inacessíveis para a maioria (WOLF, 2002), capazes de aproximá-las, o quanto for possível, do padrão de beleza da branquitude, seguindo a lógica racista e sexista da ideologia do branqueamento. Não fosse o bastante, a apropriação pelo mercado das demandas vocalizadas por corpos que desafiam os padrões estéticos hegemônicos, marcados pelo que Jota Mombaça chama de “capitalismo racial” (2021; p.31), ameaça esvaziar o potencial de transformação política e social da (auto)afirmação identitária coletiva.

Ao mesmo tempo em que embaralham os sistemas de representação e de manutenção do poder simbólico, a partir da construção de narrativas centradas na autodefinição e auto afirmação racial, as produtoras negras de conteúdo digital reforçam uma estética neoliberal como “empreendedoras de si”, personificando a possibilidade de produzir a sua própria realidade, manifestando propósitos e trabalhando a autoimagem como produto do próprio esforço. O autocuidado, assim, se transforma em um trabalho estético, através do qual há um padrão (invisível) a se alcançar¹⁵, ainda quando este se dá pela afirmação da beleza negra¹⁶.

¹⁵ Estudos críticos sobre feminismos e neoliberalismo demonstram a relação intrínseca entre a agenda feminista e a cultura do consumo (Januário, 2023).

¹⁶ Analisando o feminismo negro brasileiro, Dulci Lima(2004) aponta a recorrência da temática do “reconhecer-se negra” em blogs e redes sociais de mulheres negras. Cita estudos referenciais como “Construções identitárias & TICs: o caso do blog “Blogueiras Negras” de Thais Pereira da Silva (2019); “Versões de mulheres negras sobre transição capilar: um estudo sobre processos de descolonização estética e subjetiva”(Ivani Francisco de Oliveira, 2019), e “Que voz é essa? Identidade e narrativa da mulher negra do Youtube”, (Dayana Souza, 2018), entre outros.

A presença negra não subalternizada nos espaços midiáticos é um fenômeno ainda recente no país - das telenovelas às prestigiadas bancadas do jornalismo profissional, passando pela crescente emergência de vozes negras nas plataformas digitais - embora ainda esteja longe da representatividade que a diversidade da população brasileira exige. A racionalidade neoliberal absorve uma demanda social que se traduz em estratégia de consumo, o que, vale ressaltar, absolutamente invalida a potência dessa participação para a construção de uma subjetividade coletiva baseada na recusa às barreiras simbólicas impostas pela discriminação racial.

7. Beleza negra como subversão

Se é certo que há uma virada na representatividade midiática dos corpos negros, em um movimento de desconstrução de estereótipos raciais e valorização da estética afro-brasileira, há também uma emergente mudança no entendimento de beleza negra sustentada em ideologias de miscigenação e clareamento da raça (SOUZA, 2017). O ambiente virtual, em sua multiplicidade de vozes, leva para a arena pública autodefinições que no interior das comunidades negras e redes familiares vêm sendo fortalecidas com o ativismo político e a valorização de uma apropriação estética que confronta a objetificação dos corpos negros. Da resistência orgânica encontrada nos “espaços seguros” (Collins, 2019; p. 289) à autoafirmação levada à esfera midiática.

O contexto político e cultural é de transformação, o próprio conceito de hegemonia estética está em movimento, muito em função de uma vazão entre a consciência interna das mulheres negras - a autovalidação manifestada cotidianamente e compartilhada nesses “espaços seguros” - e as imagens estereotípicas que invalidam seus atributos físicos e lhes atribuem papéis de subalternidade social. Trata-se de uma tensão histórica amplificada pelas indústrias culturais e TICs, espécie de fratura no que Du Bois chama de “dupla consciência” ([1903] 2020; FANON, [1952] 2021; COLLINS, 2019), cujo impacto talvez ainda seja cedo para analisar, sobretudo, considerando o potencial de transformação subjetiva (e por extensão social) da circulação de auto representações de mulheres negras no ambiente digital.

A dupla consciência se refere a internalização das normas da branquitude e o seu impacto nas formas de percepção da identidade negra, gerando uma plasticidade/dualidade

identitária das pessoas negras nas esferas da vida privada e social. A quebra desse conflito interno, segundo Du Bois ([1903], 2020), passa necessariamente pela descolonização da mente, de forma a permitir que as pessoas negras conciliem a sua identidade com as expectativas da sociedade branca. É um processo de conscientização política, mas também de libertação pessoal; uma marcha individual e coletiva que, no nosso entendimento, deve ser radicalizada no sentido da ocupação definitiva dos espaços de visibilidade e clamor.

O que defendemos neste trabalho é que a representação da beleza negra nos ambientes midiáticos não deve ser reivindicada como direito à inclusão em espaços que historicamente negativizam esses corpos. Dada a ambivalência dos sistemas de representação, cada vez mais tensionados por negociações e disputas, é necessário desestabilizar a retórica dominante. Ao invés de buscar aceitação e legitimação em um sistema fundado no padrão de ego branco, é preciso recusar a normatização do racismo e da sua nefasta projeção estética, com autonomia e independência.

Há que se promover o desmonte da enunciação universal de beleza e do “projeto global de subjetividade branca” (MOMBAÇA, 2019; p. 31), empreendendo uma recusa às narrativas benevolentes da branquitude, aquelas que (des)autorizam os corpos negros em função de uma adequação cromática e fenotípica que corresponda ao padrão de beleza brancocentrado. A crítica de Jota Mombaça (2019) às alianças entre pessoas negras com o *establishment* branco refere-se especificamente ao campo artístico e cultural lusitano, mas nos apropriamos aqui da elaboração da autora para estender seu olhar crítico ao âmbito das representações midiáticas, observando as contradições que emergem quando pessoas negras são integradas a um sistema que ratifica o valor da branquitude no contexto da miscigenação (SODRÉ, 1999), sem efetivamente interromper a reprodução da dominação.

... tal contradição preenche o espaço intersubjetivo entre as alianças brancas e as lutas antirracista e anticolonial com armadilhas cujos efeitos são sempre mais destrutivos para aquelas pessoas não amparadas pela infraestrutura da branquitude. Isso evidencia não só a tenacidade do capitalismo racial como regime de distribuição desigual da violência, mas também o caráter imprescindível de uma autocrítica radical da branquitude que tenha como finalidade o desmonte do racismo e da colonialidade não apenas como índice estruturante do mundo, mas como espinha

dorsal do projeto global de subjetividade branca e europeia que lhe é condicionante. (MOMBAÇA, 2019; p.31).

O contemporâneo impõe a ressignificação da imagem dos corpos negros. Não mais aderindo à armadilha midiática da tokenização, que elege a quem incluir e celebra um ideal embranquecido de beleza negra - o velho argumento da brasilidade -, transformando o colorismo em subproduto do racismo estrutural e mantendo um jogo de aparências que deixa intocada a hierarquia racial brasileira. Mas assegurando a circulação de narrativas que questionem a branquitude como parâmetro único, universal, celebrando as características fenotípicas negras em sua multiplicidade, sem as mediações que tentem "amansar" sua força. A estética branca hegemônica é uma construção da colonialidade e o espelho que ela projeta precisa ser quebrado.

Evocamos aqui a “agência da recusa” proposta por Sarah Ahmed (2022), quando defende o feminismo como lugar de alienação da felicidade normativa. Parece-nos que o voluntarismo radical que Ahmed reivindica para a política *queer* feminista - referindo-se a pessoas “que se dispõem a colocar seus corpos no caminho” (Ahmed, 2022; p. 15) - também é munição para o enfrentamento ao regime de verdade universal da colonialidade estética. O que se pretende não é a inclusão “do diferente”, mas a dissolução de um padrão idealizado de beleza branca; não se trata de pleitear espaço dentro de sistemas historicamente estabelecidos, mas de criar representações alternativas nas quais os corpos negros sejam a norma, o referencial, confrontando não apenas os meios de comunicação, mas as relações sociais, em favor de uma ruptura com padrões estéticos excludentes.

8. Considerações finais

A beleza negra não é neutra, é uma manifestação profundamente política (SHAPE, 2024), enraizada nas histórias e experiências das pessoas negras, estando sujeita as dinâmicas de poder que moldam, exploram e desumanizam seus corpos. Da objetificação de corpos negros para justificar o projeto colonial europeu, à circulação de “imagens de controle” (COLLINS, 2019) para legitimar a atribuição de papéis sociais subalternos para essa população - particularmente para as mulheres negras -; do esforço de branqueamento dos indivíduos racializados, introjetado pelas comunidades negras como signo de integração e

mobilidade social, às tentativas de apagamento da história, memória e identidade ancestral africana.

O Brasil é um país majoritariamente negro e vem se reconhecendo como tal nos últimos anos¹⁷ sob o lastro de uma epistemologia negra que reescreve a história da modernidade a partir de memórias apagadas pela colonialidade e pelo capitalismo neoliberal. O ativismo negro e de gênero, junto a políticas públicas que impactaram decisivamente nas transformações socioeconômicas do país, acompanharam os avanços das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) e a emergência de vozes, até então desautorizadas, que desafiavam o regime de verdade universal da branquitude nas plataformas digitais. E, ainda assim, a beleza negra segue categorizada como um padrão *dissidente*, o outro da norma estética.

Em alguma medida, a circulação nas plataformas digitais de conteúdos diversos produzidos por mulheres negras faz ecoar na arena pública autodefinições construídas pelas mulheres negras nos seus espaços de segurança. Se a dominação pode ser inevitável como falta social, afirma Patrícia Hill Collins, “é improvável que ela permaneça hegemônica como uma ideologia no interior dos espaços sociais em que mulheres negras falam com liberdade” (COLLINS, 2019; p.276). Ainda que assentado na cultura do eu e nas narrativas de si, o espaço ocupado pelas influenciadoras negras nas redes sociais é um lugar onde o discurso está sob seus domínios, e o impacto dessas vozes na subjetividade das mulheres negras enquanto grupo social abre a possibilidade de autovalidação e apropriação estética coletiva.

As representações da estética negra estão em trânsito permanente, ao sabor da engrenagem neoliberal capitalista. O crescimento do protagonismo negro nas indústrias culturais brasileiras é uma demanda social que o mercado não pode mais ignorar. Influenciadoras digitais disputam um mercado competitivo que reproduz desigualdades interseccionadas de raça, gênero, classe social e sexualidade e ampliam exponencialmente o alcance das suas vozes. Todavia, persistem as discriminações do mercado, a tímida representatividade de corpos negros na mídia, e o apagamento da presença negra na história da formação da sociedade brasileira. Por isso mesmo, defendemos aqui a radicalidade da recusa dos estereótipos, interdições e invalidações associados aos corpos das mulheres

¹⁷ Como demonstram os dados do último Censo do IBGE.

negras. Que apostemos na agência da negação em favor de uma ruptura completa com padrões estéticos excludentes, como nos ensina Sarah Ahmed (2023).

Referências

AHMED, Sara. **Viver uma Vida Feminista**. Dossiê Crise, Feminismo e Comunicação. Rio de Janeiro: EcoPos - Universidade Federal do Rio de Janeiro; v.23, n. 3, 2020
<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/> acessado em 10 de out. 2024.

AMANDA, Braga. **Retratos em branco e preto: discursos, corpos e imagens em uma história de beleza negra no Brasil**. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) - Programa de Pós-Graduação em Letras - UFPB. João Pessoa, 2013.
Disponível em <https://repositorio.ufpe.br/?jspui/handle/tede/6222>

BENTO, Maria Aparecida. **O Pacto da Branquitude**. São Paulo: Companhia das Letras: 2022.

BERT, Joice. **Empoderamento**. São Paulo, Editora Pólen Livros, 2019.

BHABHA, H. **A questão do outro: diferença, discriminação e o discurso do colonialismo**. In: HOLLANDA, H. B. de (ed.). **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

BUENO, Winnie. **Imagens de Controle**. Um conceito do Pensamento de Patricia Hill Collins. Porto Alegre: Editora Zuko, 2020.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Diffel, 1989.

, M.C.N. (2019). Políticas de reparação, justiça e igualdade racial no brasil: uma reflexão sobre suas contradições. *Revista Mundo do Trabalho*, 11(22), 7 - 26.

CARNEIRO, Sueli. **Dispositivo de racialidade: A construção do outro como não ser como fundamento do ser**. Rio de Janeiro: Zahar, 2023.

COLLINS, Patricia. Hill. **Pensamento feminista negro: Conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Rio de Janeiro: Boitempo: 2019.

_____. **Pensamento feminista negro: o poder da autodefinição**. In **Pensamento feminista - conceitos fundamentais**. Buarque de Holanda, Heloísa (ORG). Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2023.

_____; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. Rio de Janeiro: Boitempo, 2021.

CRENSHAW, Kimberlé. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero**. Dossiê III Conferência Mundial contra o Racismo

• Rev. Estud. Fem. 10 (1), 2002. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2002000100011>, acesso em dezembro de 2024.

DAMASCENO, Janaína. **Corpo de quem? Espetáculo e ciência no século XIX**. Revista eletrônica de jornalismo científico. Campinas, São Paulo, nº 92, 2007.

DA SILVA, Thais Pereira. **Construções identitárias e TICs: o caso do blog blogueiras negras**. Extraprensa - Cultura e comunicação na América Latina - Universidade de São Paulo (USP), 2019. GT 2 - Cultura, Comunicação e Diversidade. Disponível em <https://doi.org/10.11606/D.27.2019.tde-27122019-170340>, acesso em novembro 2024.

DU BOIS, W.E.B. **As Almas do Povo Negro**. São Paulo: Veneta, 2021 [1903].

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. São Paulo: Ubu Editora, 2020 [1952].

FLORES, Diego Patrício. **Desigualdade racial no Brasil e a importância das cotas raciais e políticas de reparação para a promoção da justiça social**. 2022. Disponível em <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/politica/desigualdade-racial-no-brasil-e-a-importancia-das-cotas-raciais-e-politicas-de-reparacao-para-a-promocao-da-justica-social.htm>, acesso em fevereiro, 2025.

GAGO, Verônica . **A razão neoliberal: economias barrocas e pragmática popular**. Editora Elefante, 2014.

GAUTIER, Speshál Walker. Black Beauty: Womanist Consciousness as a Protective Factor in Black Women 's Body Image. **Journal of Black Psychology**, v. 47, n. 8, p.631-656, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/00957984211034960>. Acesso em: 14 out. 2024.

GOMES, Nilma Lino; BAPTISTA DA SILVA, Paulo Vinícius; et all (2021). **Ações afirmativas da igualdade racial na educação: lutas, conquistas e desafios**. Sielo Brasil - Educação & Sociedade. Disponível em <https://doi.org/10.1590/ES.258226>, acesso em dezembro 2024.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro latino-americano: Ensaios, intervenções e diálogos**. RIOS, Flávia e LIMA, Márcia (orgs); Rio de Janeiro: Editora Zahar/ Schwarcz, 2020.

HARTMAN, Saidiya. **Vidas rebeldes, belos experimentos. Histórias íntimas de meninas negras desordeiras, mulheres encenqueiras e queers radicais**. São Paulo: Editora Fósforo, 2019.

_____. Vênus em dois atos. Dossiê Crise, Feminismo e Comunicação – Disponível em <https://revistaecopos.eco.ufpr.br/>

HOBSON, Janell. **Venus in the dark, blackness and beauty in popular culture**. New York: Routledge, 2018.

IANNI, Octávio. **Raças e Classes Sociais no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1992.

JANUÁRIO, Soraya Barreto. **Feminismo de mercado: quando a publicidade e o mercado compram as pautas feministas**. Editora UFPE, ebook, 2002.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2023.

LIMA, Dulci. **#Conectadas - feminismo negro nas redes sociais**. São Paulo: Mireveja Editora, 2024.

MIRANDA, Danilo Santos; GROHMANN, Rafael; et all, 2023. Trabalho por plataformas digitais: do ap[rofundamento da precarização à busca por alternativas democráticas. São Paulo: Edição Sesc, 2023.

MOMBAÇA, Jota. **Não vão nos matar agora**. São Paulo: Editora Cobogó, 2021.

NASCIMENTO, Beatriz. **Uma História Feita por Mãos Negras**. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

NASCIMENTO, Elisa Larkin. **O sortilégio da cor: identidade, raça e gênero no Brasil**. São Paulo: Summus, 2003.

OLIVEIRA, Maybel Sulamita. **Garotas Bonitas, de Cor de Canela ou de Jabuticaba Madura - Os concursos de beleza negra no Teatro Experimental do Negro**: Capes Periódicos: V. 12: Issue 1, 2020. Acesso em 18 de outubro de 2024.

PINHEIRO MACHADO, Rosana. Empreendedorismo Digital popular , 2024. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=SnF0Kw8Oc2A>

SANTOS, A.L. **Cotas raciais no Brasil: um debate ainda em aberto**. Cadernos de Pesquisa, 39 (136), 737 - 755, 2009.

SHARPE, Christina. **Algumas Notas do Dia a Dia**. São Paulo: Editora Fósforo, 2023.

_____. **Notas ordinárias**. São Paulo: Editora Fósforo, 2024.



SOLVIK, Liv. **Aqui ninguém é branco**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2010.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se Negro**. Rio de Janeiro: Zahar/Editora Schwarcz, 2021.

TATE, Shirley Anne. **Black beauty: Aesthetics, stylization, politics**. UK: Routledge, 2009.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro, Rocco, 2009.

XAVIER, Giovana. **História social da beleza negra**. Rio de Janeiro, Rosa dos Tempos, 2021.