MÍDIA E ESTÉTICA: A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO E REDES SOCIAIS NOS PADRÕES DE BELEZA DE PESSOAS NEGRAS

MEDIA AND AESTHETIC: THE INFLUENCE OF TELEVISION AND SOCIAL MEDIA AND BEAUTY STANDARDS FOR BLACK PEOPLE

Daniele da Silva Altera
Mestra em Bioquímica e Biologia Molecular pela Universidade Federal de Juiz de Fora UFJF-GV. Docente da Pós-graduação Lato Sensu em Saúde Estética da UFJF-GV, e-mail: danialtera@gmail.com.

Bruna Silva Coelho
Graduanda do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da UNIVALE, e-mail: bruna.coelho@univale.br.

Luciene Siqueira Bonfim
Graduanda do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da UNIVALE, e-mail: luciene.bomfim@univale.br.

Polyane Alves Pereira Leandro
Graduanda do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da UNIVALE, e-mail: polyane.leandro@univale.br.

Ynnaiad Figueiredo Almeida
Graduanda do curso superior de Tecnologia em Estética e Cosmética da UNIVALE, e-mail: ynnaiad.almeida@univale.br.

Tauane Gonçalves Soyer
Mestra e Doutora em Ciências da Saúde pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Docente do curso superior de Tecnologia em Estética e Cosmética da UNIVALE, e-mail: tauane.soyer@univale.br.

RESUMO

Historicamente, o padrão estético associado aos afrodescendentes foi subestimado devido ao estereótipo europeu, que privilegiava a beleza branca em detrimento da negra. Nos últimos anos, a televisão e as redes sociais têm ampliado a visibilidade da população negra, ainda que frequentemente sob estigmas ou idealizações estéticas excludentes. Este artigo tem como objetivo apresentar a influência da televisão e das redes sociais na construção dos padrões de beleza associados às pessoas negras. Trata-se de uma revisão narrativa de caráter descritivo, baseada na análise de documentos selecionados na base de dados SciELO, entre os anos de 2012 e 2024, utilizando descritores como "padrões estéticos", "étnico-racial", "mídia" e "estética". Foram incluídas publicações em português e inglês, totalizando 33 documentos utilizados na redação do trabalho. Os resultados evidenciam que, embora haja avanços na representatividade, a mídia ainda tende a reproduzir padrões estéticos que invisibilizam traços negros, o que reforça a necessidade de práticas comunicacionais mais inclusivas e diversas.

Palavras-chave: estética; beleza feminina; mulheres negras; mídia social e televisão.

ABSTRACT

Historically, the aesthetic standard associated with Afro-descendants has been undervalued due to the dominance of European stereotypes, which have favored white beauty over Black beauty. In recent years, television and social media have increased the visibility of the Black population, although often under stigmatizing or exclusionary aesthetic ideals. This article aims to present the influence of television and social media on the construction of beauty standards associated with Black individuals. It is a descriptive narrative review based on the analysis of documents selected from the SciELO database, covering the period from 2012 to 2024. The search was conducted using descriptors such as "aesthetic standards," "ethno-racial," "media," and "aesthetics," in both Portuguese and English. A total of 33 documents were included in the writing of this study. The results show that, despite advances in representation, the media still tends to reproduce aesthetic standards that obscure Black features, highlighting the ongoing need for more inclusive and diverse communication practices.

Keywords: influence; aesthetic standards; television; social media; ethno-racial.

1 INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, a beleza exerce uma influência em diversas esferas da vida. Ao discutir o conceito de beleza, confrontamos com uma definição que se apoia em características estéticas, ou seja, nos traços físicos considerados belos pela sociedade (Jesus *et al*., 2016). Essa noção de beleza está sujeita à evolução ao longo do tempo e conforme os padrões culturais são estabelecidos. Na pré-história, o corpo era valorizado como um instrumento de sobrevivência, e as mulheres eram consideradas ideais quando apresentavam formas mais robustas, associadas à fertilidade, enquanto os homens buscavam se diferenciar uns dos outros por meio de adereços como garras e dentes de animais (Lopes *et al*., 2017).

Ao longo dos séculos, os padrões de beleza se transformaram, e hoje, o ideal de beleza predominante é o de um corpo com baixo percentual de gordura, seios volumosos, glúteos firmes, livre de celulites e estrias, com uma musculatura bem definida e lábios volumosos (Santana, 2020). No entanto, é crucial notar que esses padrões muitas vezes refletem uma estética eurocêntrica, que valoriza características como pele clara, olhos claros e cabelos loiros. Isso coloca em desvantagem os traços negros, como pele escura e cabelos crespos, ignorando a rica miscigenação histórica do Brasil (Carvalho; Barbosa, 2020).

A composição racial no Brasil apresenta uma complexidade notável, distinta daquela de países como os Estados Unidos. Enquanto nos Estados Unidos a categorização racial tende a ser mais binária, frequentemente limitada às categorias de negro e branco, no Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) adota uma classificação mais abrangente, que inclui as categorias branca, preta, parda, ama-

rela e indígena. Essa diversidade reflete a complexa formação racial e étnica do Brasil, moldada por processos históricos de colonização, miscigenação e escravidão. O termo pardo é particularmente relevante, uma vez que denota a mistura de ancestralidade africana, europeia e indígena comum na população brasileira. Devido a essa miscigenação, no Brasil, a autodeclaração racial é uma abordagem adotada pelo IBGE para fins estatísticos, permitindo que as pessoas expressem sua própria identidade racial com base em sua história familiar e percepção pessoal (Belandi; Gomes, 2024; Alchorne, 2024).

Segundo dados do censo de 2022, realizado pelo IBGE, pela primeira vez desde 1991, a maioria da população brasileira não se identifica como branca, mas como parda, representando aproximadamente 88,2 milhões de pessoas. Além disso, cerca de 20,6 milhões se identificaram como pretas. Essa realidade reflete a diversidade étnico-racial do país e reforça a importância de discutir a representatividade e os desafios enfrentados por esses grupos, especialmente em uma sociedade historicamente marcada por desigualdades raciais e culturais (Belandi; Gomes, 2024).

Nesse contexto, observa-se, por meio da televisão e das redes sociais, um aumento gradual na visibilidade de pessoas negras. Contudo, essa visibilidade ainda é permeada por padrões de beleza que minimizam muitas vezes características negras, como cabelos crespos e tonalidades mais escuras de pele, substituídas por traços considerados mais próximos de um padrão estético eurocêntrico. Tal fenômeno reflete uma sociedade que prioriza aparências e reforça padrões de beleza amplificados pelos meios de comunicação e pela influência das redes sociais.

Conforme apontam Viscardi e D'Ávila Neto (2012) os meios de comunicação desempenham um papel central na construção de padrões de beleza e identidades étnico-raciais. Viscardi e D'Ávila Neto (2012) enfatiza a obsessão social pela aparência e o impacto das celebridades na perpetuação de ideais inatingíveis de beleza. Nesse sentido, o objetivo é apresentar a influência da televisão e das redes sociais na construção dos padrões de beleza associados às pessoas negras.

2 METODOLOGIA

Esta revisão narrativa tem um caráter descritivo, baseando-se na análise de documentos encontrados na base de dados SciELO. As buscas foram conduzidas utilizando palavras-chave interligadas, tais como "representação", "estereótipos", "padrões estéticos" e "meios de comunicação". Adicionalmente, foram aplicados filtros para selecionar apenas artigos de revisão publicados na íntegra, resumos simples e expandidos publicados em anais de simpósios e pesquisas, entre 2012 e 2024. Sendo utilizados os descritores: "padrões estéticos", "étnico-racial", "mídia" e "estética", no idioma português e inglês. Após esse processo, um total de 47 artigos foram encontrados.

e-ISNN: 2594-4282 I DOI: https://doi.org/10.70159/rcfacs.v25.806

Em seguida, foi realizada uma leitura seletiva, onde os títulos e resumos foram analisados para determinar a relevância em relação aos objetivos do estudo. Foram excluídos os artigos que não tratavam do tema proposto, não apresentavam correlação com o assunto em questão, ou foram publicados fora do intervalo temporal definido. Posteriormente, os artigos selecionados foram submetidos a uma leitura analítica completa, seguida pela elaboração de fichamentos, onde as informações mais pertinentes foram registradas. Ao final, foram fichados e utilizados para a redação deste artigo dados provenientes de 33 documentos.

3 DESENVOLVIMENTO

A relação entre televisão, redes sociais e pessoas de pele negra ao longo da história é marcada por uma complexa interação de representação, estereótipos, resistência e busca por visibilidade. Desde o surgimento da televisão até a era das redes sociais, a maneira como as pessoas negras são retratadas nessas mídias reflete as dinâmicas sociais e políticas de cada período. Inicialmente, na televisão, eram comuns papéis secundários ou estereotipados para pessoas negras, refletindo preconceitos e hierarquias sociais da época. Personagens negros eram muitas vezes retratados de maneira caricatural, utilizando estereótipos raciais como elemento de entretenimento, em vez de serem representados de forma autêntica e multifacetada. Como aponta Santana (2020), essa representação muitas vezes reducionista e estigmatizante contribuiu para a marginalização das pessoas negras na esfera midiática.

No contexto histórico, o Brasil assumiu um papel pioneiro na disseminação da televisão aberta na América Latina, sendo o quinto país a ter acesso a esse meio de comunicação. A primeira demonstração pública de televisão no país ocorreu no Rio de Janeiro em 2 de julho de 1939. A estreia da primeira emissora brasileira, a TV Tupi, em 18 de setembro de 1950, com Iara Lins como o primeiro rosto a aparecer na televisão do país, se tornou um marco significativo (Magnolo, 2023). Com o avanço da televisão, as telenovelas rapidamente se tornaram uma parte essencial da programação, atraindo uma grande audiência. Diante desse cenário, torna-se relevante questionar como a televisão brasileira, especialmente por meio das telenovelas, tem representado a população negra ao longo de sua história (Grijó; Souza, 2012).

Nos anos 60, a atriz Isaura Garcia ganhou destaque ao interpretar Mamãe Dolores na novela "O Direito de Nascer", tornando-se uma importante representação negra para a época. Seu papel foi bem recebido pelo público. No entanto, nos anos seguintes, os atores negros não receberam o mesmo nível de reconhecimento. Em 1965, na TV Tupi, Iolanda Braga se tornou a primeira mulher negra a protagonizar uma novela brasileira, interpretando Clotilde, cuja história retratava um relacionamento interracial permeado por preconceitos raciais. No entanto, avanços como esses eram raros, e a resistência à representatividade negra continuava evidente (Pinto, 2017).

e-ISNN: 2594-4282 I DOI: https://doi.org/10.70159/rcfacs.v25.806

Na novela "A Cabana do Pai Tomás", exibida posteriormente pela Rede Globo, esperava-se que o papel do protagonista negro fosse desempenhado por um ator negro. Contudo, devido à pressão de patrocinadores, o papel foi dado a Sérgio Cardoso, um ator branco, que passou por um processo de caracterização para escurecer a pele, prática conhecida como blackface. Essa prática tem suas origens nos Estados Unidos por volta de 1840, quando atores brancos caricaturavam pessoas negras em performances teatrais, perpetuando estereótipos raciais e reforçando desigualdades estruturais (Pinto, 2017).

A parte central desse problema não residia na falta de talento ou interesse de pessoas negras na atuação e no entretenimento. Pelo contrário, a questão fundamental era que as artes cênicas eram consideradas um domínio reservado aos evoluídos, ou seja, aos não negros. Isso levava à necessidade de os atores brancos se fantasiarem de negros, retratando uma representação estereotipada e depreciativa da raça, que a inferiorizava e a ridicularizava. Essa prática evidenciava de forma explícita o racismo na sociedade da época (Herculano; Alves, 2020; Machado *et al*, 2021; Silva; Rocha; Martins, 2022; Castello-Branco; Pardo; Tavares Júnior, 2023).

Após esse período, houve uma evolução na representação dos negros na televisão brasileira. Inicialmente, exemplos como Milton Gonçalves interpretando um psicólogo em ascensão na novela "Pecado Capital", embora seu papel tenha sido relativamente secundário à trama principal, começaram a surgir. Paralelamente, Lucélia Santos protagonizou a novela "Escrava Isaura", interpretando uma personagem que, embora fosse filha de uma escrava negra e um pai português, era representada fenotipicamente como branca. No final dos anos 90, ocorreu um avanço significativo, onde os negros começaram a desempenhar papéis mais relevantes, refletindo uma tentativa de representar a realidade brasileira de forma mais autêntica. Um exemplo notável dessa mudança foi a novela "A Próxima Vítima", que apresentava uma família negra de classe média, com os papéis dos pais sendo interpretados por Zezé Motta e Antônio Pitanga (Grijó; Souza, 2012).

Ao longo do tempo, apesar das limitações enfrentadas, a pessoa negra ganhou destaque na dramaturgia brasileira. Um exemplo notável é a atriz Taís Araújo, que protagonizou três importantes novelas. Seu primeiro papel principal foi na novela "Xica da Silva", da TV Manchete, em 1996, seguido por "Da Cor do Pecado" em 2004 e "Viver a Vida" em 2009, todas com grande audiência. Kogut (2023) relata um avanço significativo no cenário televisivo brasileiro. No ano de 2023, pela primeira vez, as novelas da Rede Globo em horário nobre (18h, 19h e 21h) tiveram protagonistas negros. "Amor Perfeito", "Vai na Fé" e "Terra e Paixão" foram as novelas em questão, com os atores Diogo Almeida, Sheron Menezzes e Bárbara Reis assumindo os papéis principais, respectivamente. Isso demonstra uma evolução significativa na valorização de pessoas negras em papéis de destaque na televisão brasileira, embora a luta por igualdade de oportunidades continue sendo uma realidade presente.

e-ISNN: 2594-4282 I DOI: https://doi.org/10.70159/rcfacs.v25.806

No contexto da televisão, sua presença se consolidou como um elemento significativo no cotidiano dos brasileiros. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2016, realizada pelo IBGE, apenas 2,8% dos domicílios no Brasil não possuíam televisão, com maior concentração desses casos na região Norte. A televisão, inclusive, superava a presença de geladeiras nos lares brasileiros, o que evidencia sua relevância como meio de comunicação e entretenimento. Esses números reforçam a influência da televisão na construção das percepções sociais e culturais da população (Hamermüller, 2018).

A televisão desempenha um papel crucial no reconhecimento da identidade e do valor de um grupo específico. De acordo com Hamermüller (2018), a ausência de representação negra em diversas áreas diminui as aspirações dos jovens afrodescendentes, uma vez que têm poucos modelos de sucesso e profissionalismo que sirvam de referência para eles. Isso reflete a dificuldade enfrentada ao longo do percurso, desmotivando aqueles que buscam inspiração para acreditar que podem alcançar o sucesso e seguir caminhos diferentes dos estereotipados.

Anteposta às telenovelas, encontramos também a publicidade como um alvo de racismo presente. Nos anos de 1900 a 1930, a publicidade televisiva distinguia pessoas mulatas das de pele mais escura, retratando o termo mulata e mulato para descrever aqueles com pele negra clara, associando-os a ideais de beleza conforme a perspectiva branca. Assim, os slogans publicitários da época frequentemente enfatizavam a pele branca como vibrante e iluminada (Lourenço; Xavier; Gonçalves, 2024). Por outro lado, as representações de pessoas negras nas propagandas frequentemente as vinculavam ao ambiente doméstico e ao consumo de álcool, reforçando estereótipos que restringiam sua presença a papéis subalternos ou marginalizados. Essas associações não são, em si, inferiores, mas historicamente têm sido utilizadas para perpetuar visões preconceituosas que negam a diversidade e a multiplicidade de capacidades da população negra, limitando-a a espaços de menor prestígio ou poder social (Winch; Escobar, 2012).

Costa e Santos (2023) destacam que, ao longo das décadas de 1920 e 1930, a indústria publicitária de cosméticos consolidou a pele branca como o padrão hegemônico de beleza, perpetuando estereótipos racistas que associavam a pele negra a características negativas, como sujeira, intolerância e impureza. Paralelamente, os anúncios sugeriam que pessoas negras poderiam melhorar sua aparência por meio do uso de cosméticos e práticas caseiras, como máscaras de leite, clara de ovo e suco de limão, além de técnicas como a lavagem da pele com água de arroz e o uso de talco para disfarçar manchas, todas com o propósito de clarear a pele (Lourenço; Xavier; Gonçalves, 2024). Essas mensagens publicitárias incentivavam práticas que reforçavam a subordinação estética e cultural das pessoas negras, levando muitas delas a submeterem sua imagem a um processo de aproximação aos padrões estéticos brancos, negando aspectos de sua identidade para alcançar aceitação social

(Silva; Nery, 2021).

Durante a década de 1980, o mercado de cosméticos passou por uma transformação significativa, marcada pela inclusão de produtos voltados especificamente para o público negro. Lourenço, Xavier e Gonçalves (2024) destacam que esse período trouxe a adoção do termo cabelo afro e o desenvolvimento de itens direcionados às necessidades específicas da pele oleosa negra. Além disso, houve um aumento na visibilidade da mulher negra, especialmente com a ascensão de publicidades que promoviam sua autoaceitação e autenticidade, em parte devido à crescente influência da moda e do estilo. Assim, embora ainda existam desafios, o mercado de cosméticos para a pele negra tem evoluído para atender a uma demanda crescente de produtos inclusivos e de valorização da diversidade (Silva, 2017).

A internet, criada na década de 1960, expandiu-se consideravelmente nos anos 1990, alcançando milhões de usuários globalmente (Navarro, 2022). Em 2022, aproximadamente 88% da população brasileira acima de 10 anos utilizava a internet, evidenciando sua importância crescente no cotidiano (Belandi, 2023). As redes sociais, como Instagram, TikTok e YouTube, desempenham um papel fundamental nesse cenário, sendo plataformas essenciais para comunicação, disseminação de conteúdo e interação social (Rosado; Tomé, 2015). Elas possibilitam a propagação massiva de informações e a criação de tendências, alcançando audiências globais e permitindo que ideias se espalhem rapidamente.

Nesse cenário, os influenciadores digitais desempenham um papel central na promoção de padrões de beleza, frequentemente associados à magreza, musculatura definida e pele clara, idealizados como corpos perfeitos (Moreira, 2020). Esses padrões são reforçados por imagens manipuladas digitalmente, com filtros e retoques, o que intensifica a pressão estética sobre os indivíduos (Gasque, 2016; Araújo, 2019). Além disso, o modelo eurocêntrico de beleza impõe uma pressão adicional sobre as pessoas negras, associando a estética ideal à pele clara e feições específicas. Esse padrão contribui para a modificação das imagens e a rejeição de características naturais, como cabelos crespos, frequentemente estigmatizados (Carvalho; Barbosa, 2020; Ferreira, 2021).

A Forbes Brasil, em sua lista de 2024 dos “Top 10 Creators Brasil”, destacou os principais influenciadores nas redes sociais — os quais transformaram sua visibilidade em influência e oportunidades de negócios. Entre os nomes mencionados, como Maisa Silva, Bianca Andrade e Whindersson Nunes, nenhum pertence à comunidade negra, o que levanta questões sobre representatividade e inclusão na mídia (Weber, 2020). No entanto, as redes sociais também têm sido espaços de resistência, como evidenciado pelas hashtags #BlackGirlMagic, #BlackExcellence e #Melanin, que promovem a valorização da estética negra e desafiam os padrões de beleza eurocêntricos, fortalecendo a identidade negra e gerando transformações sociais (Malta; Oliveira, 2016; Machado, 2018; Conceição, 2021; Azevedo, 2022).

No contexto da influência da televisão e das redes sociais na construção dos padrões de beleza associados às pessoas negras, é possível observar que esses meios de comunicação desempenham papéis determinantes na formação das percepções e expectativas em relação à estética racial. Ambos os veículos contribuem de maneira significativa para a definição e reforço dos ideais de beleza, frequentemente marginalizando a diversidade étnica e racial, ao mesmo tempo em que consolidam padrões que não contemplam a pluralidade da identidade negra.

4 CONCLUSÃO

Este estudo apresentou a influência exercida pela televisão e pelas redes sociais na construção de padrões de beleza associados às pessoas negras. Foi delineada a evolução histórica das representações negras nessas mídias, desde o surgimento até os dias atuais. Torna-se evidente que tanto a televisão quanto as redes sociais desempenham papéis significativos na definição e perpetuação dos padrões estéticos relacionados à comunidade negra. Entretanto, é importante reconhecer os desafios enfrentados no que diz respeito à representação e inclusão da diversidade racial nessas plataformas. A persistência de estereótipos e a falta de diversidade nas narrativas midiáticas contribuem para a marginalização de grupos historicamente sub-representados, reforçando a necessidade de avanços na promoção da diversidade e representatividade.

Para efetivamente promover uma verdadeira inclusão e representatividade, é necessário um compromisso contínuo com a implementação de políticas e ferramentas práticas para combater a discriminação e o discurso de ódio. Além disso, é fundamental fortalecer iniciativas que valorizem e celebrem a diversidade de expressões de beleza, reafirmando a identidade e a dignidade das pessoas negras. Dessa maneira, este estudo reforça a relevância da influência da televisão e das mídias sociais na construção dos padrões de beleza associados às pessoas negras até os dias atuais.

REFERÊNCIAS

ALCHORNE, Maurício Mota de Avelar *et al*. Dermatologia na pele negra. **Anais Brasileiros de Dermatologia**, v. 99, n. 3, p. 327-341, 2024. Disponível em: https://www.anaisdedermatologia.org.br/pt-pdf-S2666275224000079. Acesso em: 04 maio 2024.

ARAÚJO, Valmir Teixeira de. Negritude e Internet: imprensa negra nas mídias sociais. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICÃO, 42., 2019, Belém. **Anais** [...]. Belém: Itercom, 2019. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1526-1.pdf. Acesso em: 25 mar. 2024.

AZEVEDO, Lídia. Influenciadoras digitais negras e a beleza como negócio. **Revista Fronteiras**, v. 24, n. 1, p. 169-180, 2022. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23977. Acesso em: 25 mar. 2024.

BELANDI, Caio. PNAD Contínua: 161,6 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade utilizaram a internet no país em 2022. **Agência de Notícias IBGE**, 2023. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38307-161-6-milhoes-de-pessoas-com-10-anos-ou-mais-de-idade-utilizaram-a-internet-no-pais-em-2022. Acesso em: 29 mar. 2024.

BELANDI, Caio; GOMES, Irene. Censo 2022: pela primeira vez, desde 1991, a maior parte da população do Brasil se declara parda. **Agência IBGE**, Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38719-censo-2022-pela-primeira-vez-desde-1991-a-maior-parte-da-populacao-do-brasil-se-declara-parda. Acesso em: 04 maio 2024.

CARVALHO, Yure Dantas de; BARBOSA, Francisco José. A invisibilidade da beleza negra. *In*: SEMINÁRIO NACIONAL DE SOCIOLOGIA, 3., 2020, Sergipe. **Anais** [...]. Sergipe: PPGS, 2020. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/13821/2/InvisibilidadeBelezaNegra.pdf. Acesso em: 25 mar. 2024.

CONCEIÇÃO, Leydiane Ribeiro da; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. #hashtag-se: mapeando o feminismo negro e o net-ativismo brasileiro. **Revista Feminismos**, v. 9, n. 2, p. 01-26, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.9771/rf.v9i2.47304. Acesso em: 22 mar. 2024.

COSTA, Tiago de Jesus Santos; SANTOS, William Fernando de Oliveira. Protagonismo negro na telenovela brasileira: uma revisão da década de 1960, 2023. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICÃO, 46., 2023, Belo Horizonte. **Anais** [...]. Belo Horizonte: Itercom, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/tiago-de-jesus-santos-costa.pdf. Acesso em: 05 maio 2024.

FERREIRA, Sílvia Regina Barbosa da Paixão. **A influência do Instagram na imposição de padrões de beleza**: uma pesquisa de perfis do Instagram de jovens negras de Santo Amaro da Purificação-BA. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Humanidades) – Instituto de Humanidades e Letras, Universidade da Integra-

ção Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, São Francisco do Conde, 2021. Disponível em:
https://repositorio.unilab.edu.br/jspui/handle/123456789/2328. Acesso em: 25 mar. 2024.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. **Internet, mídias sociais e as unidades de informação**: Foco no ensino-aprendizagem. Brazilian Journal of Information Science, v. 10, n. 2, p. 14-20, 2016. Disponível em:
https://doi.org/10.36311/1981-1640.2016.v10n2.03.p14. Acesso em: 20 mar. 2024.

GRIJÓ, Wesley Pereira; SOUSA, Adam Henrique Freire. O negro na telenovela brasileira: a atualidade das representações. **Estudos em comunicação**, v. 11, n. 11, p. 185-204, 2012. Disponível em:
https://www.ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-09.pdf. Acesso em: 05 maio 2024.

HAMERMÜLLER, Amanda Farias. **A cor na televisão**: uma análise da representatividade racial entre os repórteres e apresentadores da Rede Globo e o papel televisivo na construção da identidade negra. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismos) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em:
https://lume.ufrgs.br/handle/10183/181722. Acesso em: 24 mar. 2024.

HERCULANO, Alana; ALVES, Kennedy. O blackface no carnaval brasileiro e a legitimação do racismo recreativo. **Das Amazônias**, v. 3, n. 1, p. 04-15, 2020. Disponível em:
https://teste-periodicos.ufac.br/index.php/amazonicas/article/view/3483. Acesso em: 28 mar. 2024.

JESUS, Rosimeire dos Santos de *et al*. A influência dos padrões de beleza impostos pela mídia. 2016. In: CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 16., 2016. **Anais** [...]. Guarulhos: SEMESP, 2016. Disponível em:
https://www.conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000022371.pdf. Acesso em: 24 mar. 2024.

KOGUT, Patrícia. Protagonismo negro inédito nas novelas da Globo é tema de reportagem em jornal britânico. **O Globo**, 2023. Disponível em:
https://oglobo.globo.com/kogut/novelas/noticia/2023/05/protagonismo-negro-inedito-nas-novelas-da-globo-e-tema-de-reportagem-em-jornal-britanico.ghtml. Acesso em: 26 mar. 2024.

LOPES, Fernanda Mratins *et al*. **Introdução e fundamentos da estética e cosmética.** Porto Alegre: Sagah, 2017.

LOURENÇO, Suéllen Stéfani Felício; XAVIER, Mariana Ramalho Procópio; REIS, Ana Carolina Gonçalves. Considerações sobre a representação da pessoa negra na publicidade brasileira nos séculos XX e XXI. **Letras de Hoje**, v. 59, n. 1, p. 1-12, 2024. Disponível em:
https://doi.org/10.15448/1984-7726.2023.1.44728. Acesso em: 19 mar. 2024.

MACHADO, Alleid Ribeiro. Das suffragettes ao feminismo de hashtag: uma conversa sobre os novos feminismos. *In:* ENCONTRO DE GTS DE PÓS GRADUAÇÃO, 7., 2018. **Anais** [...] São Paulo: PPGCOM, 2018.

MACHADO, Manuella da Silva *et al*. O impacto emocional imposto pela ditadura da beleza: uma revisão narrativa. **Revista Eletrônica Acervo Científico**, v. 34, p. 01-12, 2021. Disponível em: https://acervomais.com.br/index.php/cientifico/article/view/8705/5276. Acesso em: 25 mar. 2024.

MAGNOLO, Talita Souza; REIS, Susana Azevedo; MUSSE, Christina Ferraz. A memória televisiva nas páginas da revista Intervalo: as relações com o leitor e a nova cultura da TV dos anos 1960 e 1970 no Brasil. **Intercom**, v. 46, p. 01-25, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1809-58442023128pt. Acesso em: 05 maio 2024.

MALTA, Renata Barreto; OLIVEIRA, Laila Thaíse Batista. Enegrecendo as redes: o ativismo de mulheres negras no espaço virtual. **Revista Gênero**, v. 16, n. 2, p. 55-69, 2016. Disponível em: https://doi.org/10.22409/rg.v16i2.31234. Acesso em: 25 mar. 2024.

MOREIRA, Marília Diógenes. A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. **Percursos linguísticos**, v. 10, n. 25, p. 144-162, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.47456/pl.v10i25.30680. Acesso em: 27 mar. 2024.

NAVARRO, Mauro. O debate nas Ciências Sociais sobre o processo de surgimento e desenvolvimento da internet. **Revista Alteridade**, v. 4, n. 1, p. 126-142, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.46551/alt0401202206. Acesso em: 19 mar. 2024.

NAVARRO, Mauro. O debate nas Ciências Sociais sobre o processo de surgimento e desenvolvimento da internet. **Revista Alteridade**, v. 4, n. 1, p. 126-142, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.46551/alt0401202206. Acesso em: 19 mar. 2024.

PINTO, Monilson dos Santos. A dialética da máscara negra: nego fugido contra o blackface. **Revista Aspas**, v. 7, n. 1, p. 155-166, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.11606/issn.2238-3999.v7i1p155-166. Acesso em: 28 mar. 2024.

ROSADO, Luiz Alexandre da Silva; TOMÉ, Vitor Manuel Nabais. As redes sociais na internet e suas apropriações por jovens brasileiros e portugueses em idade escolar. **Revista brasileira de Estudos pedagógicos**, v. 96, p. 11-25, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S2176-6681/324612565. Acesso em: 20 mar. 2024.

SANTANA, Maria Karolyne Reis. Os padrões de beleza: recorte sobre as mídias sociais e o corpo negro. **Revista Três Pontos**, v. 17, n. 1, p. 59-64, 2020. Disponível em: https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistatrespontos/article/view/39611. Acesso

em: 25 mar. 2024.

SILVA, Andressa Queiroz da; ROCHA, Flávia Rodrigues Lima da; MARTINS, Wálisson Clister Lima. O uso do *blackface* como prática pedagógica nos anos iniciais da educação básica. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 61, n. 1, p. 148-162, 2022. https://doi.org/10.1590/010318139574111520210312. Acesso em: 24 mar. 2024.

SILVA, Luana Lima Bittencourt; NERY, Maria Salete de Souza. O negro na mídia para consumo de beleza: uma análise sobre a cultura comunicacional presente nas capas da revista Avon em campanhas brasileiras de 2011 a 2021. *In*: ENCONTRO DE ESTUDOS MULDISCIPLINARES EM CULTURA, 17., 2021, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: UFBA, 2021. Disponível em: https://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-568/131953.pdf. Acesso em: 26 mar. 2024.

SILVA, Marihá Gonçalves da. **Negras! Somos todas Maju**: um estudo sobre representação e racismo no Jornal Nacional. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/177694. Acesso em: 26 mar. 2024.

VISCARDI, Adriana Woichinevski; D'ÁVILA NETO, Maria Inácia. Telenovela: uma trajetória de hibridismo cultural. **Estação Científica**, v. 6, n. JAN./JUN./, 2012. Disponível em: https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/estacaocientifica/article/view/2247. Acesso em: 05 maio 2024.

WEBER, Mariana. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. **Forbes**, 2020. Disponível em: https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/. Acesso em: 25 mar. 2024.

WINCH, Rafael Rangel; ESCOBAR, Giane Vargas. Os lugares da mulher negra na publicidade brasileira. **Cadernos de Comunicação**, v. 16, n. 2, p. 227-245, 2012. Disponível em: https://doi.org/10.5902/2316882X8229. Acesso em: 26 mar. 2024.

Recebido: 11/12/2024 | **Aceito**: 28/04/2025

Como citar este artigo:
ALTERA, V. E. G *et al*. Mídia e estética: a influência da televisão e redes sociais nos padrões de beleza de pessoas negras. **Revista Científica FACS**, Governador Valadares, v. 25, p. 01-12, jan./dez. 2025.