

**Blogueiras negras em destaque na Revista Raça Brasil:  
promovendo o orgulho através da estética**

*Black women bloggers at Raça Brasil magazine:  
promoting pride through esthetics*

Larissa Adams BRAGA<sup>1</sup>

## **Resumo**

O artigo analisa uma matéria sobre blogueiras negras, presente na edição 196 da Revista Raça Brasil. Através do método da Hermenêutica de Profundidade é possível recapitular o histórico da imprensa negra brasileira, bem como as possíveis conquistas na atualidade, considerando o sucesso atual dos blogs. Com a análise, percebe-se que a internet possibilitou uma maior visibilidade para o grupo em questão e observa-se que as blogueiras fazem uso de um discurso que promove a autoestima, a partir de dicas de moda e beleza que enaltecem as características de sua etnia.

**Palavras-chave:** Blogueiras negras. Mulher. Raça Brasil.

## **Abstract**

This paper analyzes a publication about black woman bloggers, present in the 196th edition of Raça Brasil magazine. Through Depth Hermeneutics we can review the history of the brazilian black people in the press since the beginning until the actual success of blogs. With the analysis, it is clear that Internet has enabled greater visibility to this group and it's observed that bloggers are making use of a discourse that promotes self-esteem, using fashion and beauty tips to exalt their ethnic characteristics.

**Keywords:** Black bloggers. Woman. Raça Brasil magazine.

## **Introdução**

No histórico da imprensa negra no Brasil, as mulheres afrodescendentes pouco ocuparam papéis de protagonistas, mas houve uma significativa mudança na contemporaneidade. Em 1996 surgiu a revista Raça Brasil, que deu visibilidade aos

---

<sup>1</sup> Graduada em Moda e Mestranda em Processos e Manifestações Culturais. Universidade Feevale. Bolsista CAPES. E-mail: l.adamsbraga@gmail.com

negros do país e grande parte de suas leitoras são as mulheres. Essa mesma revista trouxe uma matéria, em 2015, sobre as *blogueiras* negras que alcançaram o sucesso na internet e é a partir dessa matéria que lança-se um olhar sobre o protagonismo do grupo em questão.

O objetivo do artigo é sintetizar os avanços da imprensa negra, focando no gênero feminino e nos textos que promovam a autoestima, a fim de entender como essas *blogueiras* contribuem para a representação da mulher negra na mídia. Como metodologia, utiliza-se a tríplice análise da Hermenêutica de Profundidade (HP), proposta por John B. Thompson, que se caracteriza em explorar os seguintes pontos: 1) contexto sócio histórico, 2) análise formal ou discursiva e 3) (re)interpretação do objeto analisado. Ainda, soma-se à metodologia proposta, a análise categorial de Laurence Bardin, de modo a organizar, visualmente, a etapa de análise formal da HP.

## **Revista Raça Brasil**

A Raça Brasil surgiu no ano de 1996, consequência da chamada nova imprensa negra. Segundo Santos (2007), isso é resultante da ampla consciência etnicista que ocorreu nos anos 1960 e teve suas forças retomadas a partir de 1990. Somado a isso, nessa mesma década, a identificação de uma significativa classe média negra no Brasil favorece o surgimento da revista que objetiva suprir esse público. Aborda temas como o racismo, discute a conscientização e valorização do negro na sociedade, bem como incentiva a autoestima positiva. Além disso, contempla temas relacionados ao mercado de trabalho, à moda e ao comportamento, caracterizando-se como uma revista de variedades voltada para esse grupo étnico-racial.

O primeiro diretor editorial, Roberto Melo (1996,) diz que a decisão de fazer a Raça Brasil veio para derrubar três dogmas que existiam no mundo da comunicação: 1) que negro não têm poder aquisitivo para comprar produtos supérfluos, 2) que os negros em capa de revista não vendem e 3) os negros têm vergonha de ser negros. Já o editor chefe do mesmo período, Aroldo Macedo (1996), julgava a revista necessária, pois via que não existia nada do gênero ainda no Brasil. Ele tinha certeza que a revista seria um sucesso e não se surpreendeu quando a revista alcançou um extraordinário número de vendas já no lançamento. O editor ainda desta que:

Durante a execução da revista eu detectei que, além do movimento negro, existem negros em movimento [...] que estão ocupando silenciosamente os espaços. A revista teria que ter um tom sem lamentos. Acredito que a gente já ultrapassou esta fase e a gente agora tem que executar. O que, basicamente, é preciso para o negro no Brasil, seria a autoestima. (MACEDO, 1996, p.251)

Portanto, pode-se entender que a revista viria, realmente, para trabalhar a questão da autoestima e orgulho da raça negra. Assim como tinham a intenção de ser uma revista mercadológica e não panfletária, eles não tinham o propósito de ser uma revista militante, ainda que tratassem de assuntos sociais em algumas colunas.

Quanto ao histórico da revista, deve-se mencionar o período de atuação que completou, em setembro de 2015, dezenove anos de circulação. Dentre esses anos a revista passou por três editoras distintas, todas elas de São Paulo. Iniciou-se com a Editora Símbolo em 1996 e, em 2007, passou a fazer parte da Editora Escala.

Atualmente, sob supervisão da Editora Minuano, a revista tem alimentado outras fontes, além da versão impressa. Com a chegada e popularização da internet, muitos veículos precisaram se adaptar à tecnologia. Quanto a isso, a Revista Raça Brasil mantém um *site*<sup>2</sup>, o *facebook*<sup>3</sup> e o *instagram*<sup>4</sup>.

O *facebook* da Revista já existe há algum tempo, foi criado ainda na época da Editora Escala, mas continua com as postagens quase diárias pela editora Minuano. Já o *instagram* da revista tem poucos acessos, uma vez que ele foi criado recentemente, mas do mesmo modo, recebe postagens frequentes, que permitem o acesso ao conteúdo e novidades da revista, bem como um acompanhamento do que está acontecendo nos bastidores dos editoriais.

Atualmente, o site da Editora Minuano (2015) diz que a revista “apresenta matérias fundamentais para o leitor que busca qualidade de vida e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, tratando de forma prática e objetiva temas para o bem-estar do homem moderno”.

---

<sup>2</sup> Não é um site próprio da revista, mas há como acessar as notícias através do portal da Editora Minuano. Nesse site pode-se acessar a Revista Raça Brasil e demais títulos da editora, lá se encontra a descrição da revista e informações para assinantes. (SITE: [www.edminuano.com.br](http://www.edminuano.com.br))

<sup>3</sup> *Facebook* é uma rede social online. O site é [www.facebook.com](http://www.facebook.com), basta digitar na busca “Revista Raça Brasil”.

<sup>4</sup> *Instagram* é um aplicativo para celulares que permite os usuários a postarem e comentarem fotos em tempo real.

Com esse breve histórico da Raça Brasil, elenca-se que foi uma revista que se destacou pela vanguarda de publicações de negros no Brasil e que perpetua até hoje. Embora a revista tenha mudado três vezes de editora, ainda carrega o mesmo discurso inicial de destinar-se aos negros que já possuem alto poder aquisitivo e se atualizaram, conforme a atualidade exige, atingindo públicos assinantes e públicos que tenham acesso às redes sociais, bem como trazem em suas matérias assuntos pertinentes ao momento, tal como o universo dos blogs<sup>5</sup>, que será aqui discutido.

## **A tríplice análise da HP**

O método escolhido para a análise da matéria sobre as blogueiras negras, na Revista Raça Brasil, foi a Hermenêutica de Profundidade (HP), proposta por John B Thompson (1995). O autor leva em consideração o caráter simbólico dos fenômenos culturais, afirmando que tais fenômenos estão sempre inseridos em um contexto social. Dessa maneira, ele assevera que a metodologia da hermenêutica é uma ótima ferramenta para se analisar os meios de comunicações massivos, tendo em mente que a mídia produz, dissemina e está inserida em um contexto social, no qual as formas simbólicas tomam forma. Tal explicação fica clara a partir dessa colocação:

O estudo das formas simbólicas – isto é, as ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas. (THOMPSON, 1995, p.181)

No que tange às formas simbólicas, para o autor, seriam as “expressões de um sujeito e para um sujeito (ou sujeitos)” (THOPSON, 1995, p. 183). Nesse sentido, entende-se que a comunicação – ou seja, a troca de informação entre sujeitos – está intrinsecamente relacionada à construção de sentidos.

Com a tríplice análise proposta pelo autor é possível ter uma visão panorâmica do contexto histórico do qual o objeto analisado faz parte, permitindo assim que seja feita uma interpretação que leve em consideração as formas simbólicas. E não há, dessa

---

<sup>5</sup> Blogs são páginas pessoais da web que, à semelhança de diários online, tornaram possível a todos publicar na rede. Os blogs multiplicaram o leque de opções dos internautas de levar para a rede conteúdos próprios sem intermediários, atualizados e de grande visibilidade. (ORIHUELA, 2007)

maneira, como analisar o simbólico sem que seja levado em consideração o campo de interação<sup>6</sup> dos sujeitos.

Dessa maneira, divide-se a análise em três partes:

- a) O contexto sócio histórico: momento em que se recapitula a trajetória da imprensa negra brasileira e algumas considerações históricas acerca da mulher negra.
- b) Análise formal ou discursiva: fase em que é feita uma análise mais aprofundada sobre o objeto discutido.
- c) E, na última fase, o autor propõe a (re) interpretação. Essa parte é reflexiva e leva em consideração as etapas anteriores.

### **Contexto sócio histórico: Imprensa negra no Brasil**

Como já mencionado, a primeira fase da HP busca “reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas” (THOMPSON, 1995, p.365)

Diante disso, opta-se por recapitular um vasto período da imprensa negra brasileira, para estabelecer uma trajetória, a fim de constatar se houveram possíveis avanços no decorrer do tempo. Para tanto, recapitula-se aqui desde os primórdios dessa imprensa até o período atual, que é o momento em que se chega à matéria que aqui analisada.

Daniele Gross (2013), afirma que a chegada da imprensa brasileira se deu com a chegada da família real Portuguesa no país, no início do século XIX. Salienta que “nos idos de 1880, através do movimento abolicionista, a imprensa negra brasileira inicialmente se manifesta”. (GROSS, 2013, p.47)

A autora ainda diz que a mídia negra já podia ser vista na época da abolição da escravidão<sup>7</sup>, mas eram publicações raras que se voltavam para esse público específico, pelo menos nos dois últimos séculos a grande parte da mídia era voltada aos brancos e o que se fazia para os negros, tinha curta duração. Pois,

---

<sup>6</sup> Tomado o conceito de Pierre Bordieu, Thompson elenca que “um campo de interação pode ser conceituado, sincronicamente, como um espaço de posições e, diacronicamente, como um conjunto de trajetórias. Indivíduos particulares estão situados em determinadas posições dentro de um espaço social e seguem, no curso de suas vidas, determinadas trajetórias.” (THOMPSON, 1995, p.195)

<sup>7</sup> Final do século XIX. (GROSS, 2013)

Se o movimento abolicionista atingiu seu principal objetivo, finalizando o período escravocrata brasileiro, o negro continuou sendo relegado a segundo plano na sociedade brasileira. [...] Postado como subcategoria da sociedade brasileira, mesmo com o fim da escravidão, o negro não possuía poder financeiro. (GROSS, 2013, p.48)

No entanto, com o baixo poder financeiro, a mídia que era escrita para os negros não havia como se manter, uma vez que era considerada um supérfluo para esse nicho da sociedade.

José Carlos Cintra (2007) destaca um dado importante sobre o primórdio da presença do negro na imprensa, cujas primeiras aparições foram em anúncios de escravos, por volta do ano de 1741. Anúncios que ofereciam amas de leite, lavadeiras, passadeiras e empregadas domésticas, em geral, apareciam anúncios do tipo: “vende-se preta, rapariga, que sabe lavar e cozinhar”.

Já por volta de 1800 e 1900, haviam negros conhecidos ligados a literatura, como Machado de Assis e Lima Barreto, ambos escreviam para jornais. Em 1915, os principais jornais voltados aos negros foram “O Clarim da Alvorada” e o “Menelick”, ambos deram início à imprensa para negros, pois com esses espaços começaram a aparecer reuniões nos chamados “clubes para pretos”. Outro jornal que o autor menciona, surgido na mesma época dos anteriores, é o “Alfinete”<sup>8</sup>, que tinha o seguinte *slogan*<sup>9</sup>: “Esse jornal surgiu para alfinetar os negrinhos e negrinhas brasileiros”. O jornal advertia o seu público leitor sobre as práticas boêmias e o analfabetismo entre sua população. (CINTRA, 2007)

Valter Roberto Silveiro<sup>10</sup> (1996) também faz uma retomada de diversos nomes importantes da imprensa negra no século XX, dos quais destacam-se o já mencionado “Manelick”, “Getulino”<sup>11</sup>, “O Clarim”, “Voz da Raça”<sup>12</sup>, e, após a ditadura, por volta dos anos 1970, os movimentos negros retomam e, com isso, surgem títulos como: “Jornal Versus”, “Afro Latina América” e “Árvore das palácias”, todos com circulação interna, ou seja: escrito por negros, para os negros.

---

<sup>8</sup> Surgido em 1919. “Eram os negros culpando a si próprios, buscando sozinhos a solução para os dilemas da exclusão e do racismo”. (CINTRA, 2007, p.141)

<sup>9</sup> *Slogan* é uma frase de impacto de alguma empresa ou grupo. Tradução nossa.

<sup>10</sup> Professor participante do debate Gênero e Raça em revista: Debate com os editores da revista Raça Brasil, em 1996.

<sup>11</sup> Dos anos 1914 até 1923, jornal de Campinas, São Paulo. (SILVEIRO, 1996)

<sup>12</sup> Ambos jornais: O clarim e A voz da Raça entre os anos de 1924 até 1937. (SILVEIRO, 1996)

No final do século XX, portanto, já eram vistos números maiores de revistas específicas para afros, no entanto, haviam ainda poucos anúncios publicitários com a participação de negros, pois, segundo José Leandro dos Santos (2011), os profissionais de *marketing* e de propaganda evitavam vincular produtos anunciados a imagem do negro e quando o faziam, eram representados negativamente ou estereotipados. Santos (2011) ressalta que:

Ora, não é novo o protesto dos movimentos negros contra a representação estereotipada e ausência dos segmentos negros nos livros e documentos que contam a história do país. O negro, na sociedade brasileira, padece pela invisibilidade que lhe foi atribuída ao longo de nossa história. (SANTOS, 2011, p. 133)

Quando se fala de imprensa, precisa-se enfatizar o papel da comunicação de representar socialmente os grupos sociais, neste caso, grupos que antes eram excluídos da imprensa e da publicidade. Gross (2013) auxilia neste entendimento quando diz que os meios comunicacionais são ferramentas importantes para representar grupos sociais que em um período anterior foram excluídos, com isso, a mídia pode ser entendida como um poderoso artifício de transformação social. A autora menciona que:

A invisibilidade social a que as minorias são expostas em nossa sociedade é poderosamente destrutiva, avassaladora. Por isso, publicações voltadas a essas minorias passam a ser tão poderosos instrumentos de solidificação destes estratos, colaborando na contraestigmatização destes grupos e que, ao conquistarem um espaço midiático, passam também a ter um posicionamento social mais fortalecido. (GROSS, 2013, p.47)

Posto isso, outro fator importante de se mencionar, quando se fala de comunicação, é a internet. Santos (2011) acrescenta que após o surgimento da Revista Raça Brasil, a internet se transformou num verdadeiro guru do conhecimento, apareceram também as redes sociais, os livros se digitalizaram e nem mesmo a televisão atende às nossas demandas.

Destaca-se que, com a internet, surgiram outros tantos espaços de comunicação voltados para o negro. Se as revistas para negros tiveram um aumento considerável e uma mudança significativa desde os tempos da abolição (como já visto nos tipos de anúncio com a oferta de escravos em jornais), no período atual a mídia negra pode ser

estendida aos *blogs*, *instagram*, *facebook* e demais canais que possibilitem a comunicação e divulgação desses grupos étnicos.

## **Mulheres negras: algumas considerações históricas**

Como o que está em pauta são as blogueiras, faz-se necessário uma breve recapitulação da trajetória das mulheres negras brasileiras, a fim de analisar o avanço que puderam conquistar no passar dos anos. Além disso, é através delas que se consegue lançar um olhar sobre a importância em promover o orgulho da etnia, através da estética feminina.

No que tange às mulheres, Bebel Nepomuceno (2012) destaca os avanços alcançados ao longo dos anos, ressaltando a conquistas de direitos conquistados e mencionando que as “mulheres de boa parte do mundo, e em particular do Brasil, alçaram voos de dimensões então inimagináveis”. (NEPOMUCENO, 2012. p.382)

Contudo, a autora aponta que tal trajetória não se aplica homogeneamente, posto que mulheres de diferentes grupos sociais vivenciaram essas mudanças em ritmos e de maneiras distintas. Nesse sentido, ressalta a situação de desigualdade entre as mulheres:

Às mulheres negras não coube experimentar o mesmo tipo de submissão vivido pelas mulheres brancas de elite no início do século XX. Tampouco seu espaço de atuação foi unicamente o privado, reservado às bem nascidas, uma vez que, pobres e discriminadas, se viram forçadas a lançar mão de uma gama de estratégias para sobreviver e fazer frente aos desafios cotidianos. (NEPOMUCENO, 2012. p.383)

Além disso, Nepomuceno (2012) chama atenção para outras dificuldades enfrentadas por essas mulheres, tais como: trabalho, educação, família, mobilização e visibilidade. A mesma autora aborda também o enegrecimento da luta feminista, do movimento da consciência negra e de como essas lutas são importantes para que ganhem visibilidade e rompam com o “protagonismo ignorado”<sup>13</sup>.

Sobre a luta das mulheres negras no Brasil, Matilde Ribeiro (1995) diz que os movimentos feminista e negro ressurgiram no país em meados dos anos 1970, coincidindo com a ditadura militar, tendo como eixos básicos a luta pela democracia e

---

<sup>13</sup> Artigo intitulado “Mulheres negras: protagonismo ignorado”.

contra as desigualdades sociais. Acrescenta, porém, que em ambos os movimentos as mulheres negras aparecem como sujeitos implícitos nessas lutas, partiu-se de uma suposta igualdade entre as mulheres, assim como não foi considerado pelo movimento negro as diferenças entre homens e mulheres. Segundo a autora:

Para nós, o racismo constitui uma sintomática que caracteriza a neurose cultural brasileira. Nesse sentido veremos que sua articulação com o sexismo produz efeitos de violência sobre a mulher negra. O engendramento da mulata e da doméstica fez-se a partir da figura da mucama. A doméstica nada mais é do que a mucama permitida a dar prestações de bens e serviços. (RIBEIRO, 1995, p.447)

Ribeiro (1995) também salienta que as mulheres presentes nesses dois movimentos (feminista e negro), buscavam desmascarar suas exclusões sociais. A partir do ano de 1985 que começa-se a perceber uma organização específica de mulheres negras a nível nacional, sendo que, na década de 1990, como Santos (2007) afirma, as políticas de afirmações ficaram ainda mais fortes e ganharam visibilidade no Brasil.

Ainda há uma grande diferença entre as mulheres brancas e negras na nossa sociedade no que diz respeito ao mercado de trabalho, salários, frequência nas escolas, acesso ao ensino superior, mortalidade, entre outros<sup>14</sup>. O que comprova que, ainda, há um abismo social bastante significativo quando se trata da questão racial. Nesse sentido, uma das maneiras de melhorar a autoestima e a visibilidade, como forma de empoderamento, seriam as políticas de ações afirmativas. Nesse tocante que se analisa as entrevistas que algumas dessas blogueiras concederam à Revista Raça Brasil.

## **Análise formal ou discursiva**

Nesta fase de análise, Thompson (1995) propõe um olhar aprofundado sobre o objeto analisado, pois é nessa etapa que as formas simbólicas “dizem” algo. O autor afirma que “as formas simbólicas são produtos contextualizados e algo mais, pois elas

---

<sup>14</sup> No que tange ao mercado de trabalho, o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica aplicada), em sua última publicação sobre as desigualdades de gênero e raça, contabilizados em 2009, diz que as mulheres negras ocupam 12,5% do número de desemprego, contra 9,2% de mulheres brancas. Quanto à média de renda, as estatísticas são essas: Homens brancos R\$ 1491,00, Mulheres brancas R\$ 957,00, Homens negros R\$ 833,50, Mulheres Negras R\$ 544,40. Essa é apenas uma amostragem pequena referente às desigualdades raciais e de gênero, ainda na mesma pesquisa do Ipea aparecem tantas outras como: acesso à educação, mortalidade, saúde pública. Todas estatísticas demonstram que as mulheres negras são as mais afetadas diante das desigualdades no país. (IPEA, 2011. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/retrato/>>, acesso em novembro 2015)

são produtos que, em virtude de suas características estruturais, têm capacidade, e têm por objetivo, dizer alguma coisa sobre algo.” (THOMPSON, 1995, p.369)

O autor ainda afirma que existem várias maneiras de conduzir a análise formal ou discursiva, a escolha da técnica varia conforme o objeto e as circunstâncias particulares da investigação. Dessa maneira, apesar das indicadas por Thompson (1995), optou-se por trazer etapas da análise de conteúdo de Laurence Bardin (2006), a fim de dividir a análise por temáticas ou categorias.

Desse modo, pode-se visualizar de forma objetiva o discurso que consta na matéria analisada, a partir de uma análise categorial, que segundo Bardin (2006), é:

Cronologicamente a mais antiga; na prática é a mais utilizada. Funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades de categorização, a investigação dos temas, ou análise temática, é rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos diretos (significações manifestas) e simples. (BARDIN, 2006, p.153)

Isso posto, desmembra-se a matéria analisada em cinco categorias, para um melhor esclarecimento dos depoimentos das blogueiras entrevistadas.

O título da matéria é “Blogueiras brasileiras em destaque”, seguido dos dizeres “Fique por dentro das novidades da moda, estética e beleza, por meio dos blogs super descolados que estão bombando na rede e conheça quem são as fashionistas que fazem a moda acontecer”. (RAÇA BRASIL, p. 54, 2015)

Na reportagem, são trazidas dez mulheres negras, que explicam sobre seus respectivos blogs e comentam o que as motivaram na criação dos mesmos. A partir desses relatos, categoriza-se da seguinte maneira, conforme a tabela 1:

**Tabela 1** – Categorias e principais falas consideradas

<b>Categorias /Algumas frases destacadas</b>	
<b>Moda Afro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Duas primas blogueiras mostram looks <i>realmente acessíveis</i>. Amantes da moda e da beleza africana [...]” (do blog afrovaídas, de Djamila e Naisy)</li> <li>• “A ideia de fazer o “Cor e estilo” surgiu na graduação de Daniele Silva, no qual queria divulgar a produção de moda afro-brasileira em Salvador. [...] No blog são divulgadas as produções de grifes baianas, [...] O público alvo são os clientes das marcas divulgadas, além de admiradores da <i>cultura afro-brasileira</i>.” (Blog Cor e Estilo, de Daniele Silva)</li> </ul>

<b>Beleza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Qual o objetivo? Enaltecer a mulher negra, respeitando os seus diferentes estilos. [...] novidades de beleza e tudo aquilo que possa fazer com que suas leitoras se sintam <i>ainda mais lindas</i>”. ( Blog Afrovaídasas)</li> <li>• “Ao perceber a dificuldade em encontrar blogueiras negras com dicas de maquiagens, decidiu-se arriscar nesse meio e mostrar as próprias maquiagens” (Blog Wappa Moda Brasil, de Bárbara Montiel)</li> </ul>
<b>Cabelo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Ao assumir seu cabelo natural, Fernanda percebeu que muitas mulheres passavam pela mesma situação que ela. [...] (Blog Cantinho da Nanda)</li> <li>• “Dicas de como cuidar dos fios e encarar a <i>transição</i>” (do Blog de Maraisa Fidelis)</li> <li>• “Tudo começou depois de quase um ano sem usar química e depois de um corte de cabelo para começar a usá-lo natural.” (Blog Negra Rosa Negra, de Rosângela)</li> </ul>
<b>Auto-Estima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Tudo relacionado ao universo feminino e assuntos que incentivem as mulheres a se cuidarem, se amarem e se valorizarem.” (Blog Cantinho da Nanda)</li> <li>• “Ela não ficou apenas na intenção de ser vaidosa, mas começou a ajudar algumas pessoas com a sua auto aceitação e autoestima.” (Blog Jeitinho próprio)</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “ realizam encontros com pessoas do mesmo estado, o ‘encontro de CrespXs e CacheadXs do DF’, onde partilham histórias, dicas de empoderamento e ainda o ‘Encrespa Geral’, onde acontecem palestras, oficinas e exposições de afroempreendedores.” (Blog Jeitinho Próprio)</li> </ul>

**Fonte:** Elaborada pela autora, a partir da revista Raça Brasil, nº 196, p. 54-55 (2015)

Das frases destacadas na tabela 1, que se encaixam em determinadas categorias, elencam-se como principais características dos blogs o cuidado com a aparência (cabelo, beleza e maquiagem), moda e a valorização da cultura africana, o trabalhar com a autoestima da mulher negra e, por último, consequência de todos anteriores, a questão das atividades sociais ligadas ao empoderamento dessas mulheres, etapa importante das políticas afirmativas.

O que percebe-se é uma maior aparição das falas relacionadas ao “cabelo”, seguida das temáticas “moda” e “beleza”. Tal constatação demonstra a importância estética presente no conteúdo destes blogs, relacionado ao incentivo da autoestima negra. O cabelo se destaca também sobre o conteúdo que as blogueiras denominam de “transição”, quando uma mulher negra artificialmente alisada resolve assumir seu cabelo natural.

Além disto, os blogs ainda contribuem para a representação positiva dessas mulheres, atuando como meios importantes de um trabalho social, conforme este relato da blogueira Beatriz Andrade:

Hoje tento colaborar com a propagação da informação, auxiliando na resolução dos conflitos interno e preconceitos. Graças às pessoas que me seguem e que me mandam alguns questionamentos, eu precisei começar a praticar o autoconhecimento para conseguir responder. Pretendo expandir esse trabalho social. (RAÇA BRASIL, p.54, 2015)

Como percebido, a troca de informações e discussões entre blogueira e seus seguidores é de extrema importância para a manutenção e sucesso do blog. O que caracteriza esse espaço como um meio de troca intensa entre interessados. Já o depoimento de Rosângela, diz o seguinte: “Eu digo que o meu canal para muitas mulheres negras é muito mais que cabelo e maquiagem, é uma forma delas serem representadas. Elas são o meu espelho.” (RAÇA BRASIL, p. 45, 2015)

O discurso das blogueiras é bastante similar, pois todas utilizam da estética para tratar de um problema social que ainda é sentido na pele, nos cabelos e na vida dessas mulheres que, como visto na parte do contexto histórico, já sofrem uma desigualdade que não é de hoje. A luta continua e a maneira delas encararem, atualmente, é essa: unidas e com orgulho.

Ainda, se tratando de um discurso midiático – tanto a revista, quanto os blogs destacados – é oportuno trazer as três lógicas da mídia, destacadas por Patrick Charaudeau (2013): 1) A lógica econômica, que faz viver uma empresa, como as revistas; 2) A lógica tecnológica, nesse caso entra a capacidade de difusão da informação e 3) A lógica simbólica, que tende a contemplar assuntos sociais e democráticos. Nesse sentido, ainda podemos acrescentar na nossa análise o caráter simbólico que é trazido nesta matéria, visando colocar em pauta um assunto social, assim como a lógica econômica, pois o público atual provavelmente se interessa por assuntos relacionados à internet e essa é uma maneira da revista se manter em funcionamento.

## **(Re)interpretação do objeto analisado**

De acordo com Thompson, no método da Hermenêutica de profundidade, “as fases devem ser vistas não tanto como estágios separados de um método sequencial, mas antes como dimensões analiticamente distintas de um processo interpretativo complexo.” (THOMPSON, 1995, p.365)

Dessa maneira, pode-se ver que conforme a análise do item anterior foi tomando forma, a interpretação já foi sendo feita. Até aqui, já percebe-se que o espaço de protagonismo e empoderamento das mulheres negras tem se amplificado na atualidade, por meio da internet. Se houveram avanços no decorrer dos anos, como revistas segmentadas – a própria Raça Brasil– hoje em dia, os espaços estão aumentando e os blogs são de grande impacto na valorização do ser negra.

Mais que um espaço que coloca a estética em voga, esse caso específico é parte de um discurso de autoafirmação, pois essas mulheres fazem questão de exaltar suas características afro: tanto físicas, como a cor da pele e o cabelo crespo, como de suas origens culturais.

Interpreta-se, portanto, que os blogs são uma das ferramentas que servem para as novas conquistas da mulher negra na sociedade. Ainda que a desigualdade racial exista em grandes proporções e sem negar o quanto as mulheres negras ainda carecem de oportunidades (emprego, salários, acesso ao ensino superior), não se pode deixar de destacar o protagonismo e a luta que mulheres têm traçado fazendo uso da internet. O blog deu voz a essas mulheres, que com seus conteúdos sérios e um número alto de seguidores, estão alcançando uma visibilidade notória.

## **Considerações finais**

A revista Raça Brasil se caracterizou pela vanguarda da publicação sobre negros brasileiros com o discurso de promoção da autoestima e do orgulho negro. Não indiferente ao que acontece na contemporaneidade, a revista está atenta a todos os tipos de manifestações culturais que permeiam seu público-alvo.

De se esperar, visto o sucesso dos blogs no período atual, enfatizando o acesso fácil a qualquer pessoa que disponha de internet (ORIHUELA, 2007), a revista se encarregou de entrevistar dez blogueiras negras que alcançaram o sucesso na “blogosfera”.

Dessa matéria sobre as blogueiras, foi utilizado o método da Hermenêutica de Profundidade de Thompson (1995), que conduziu a uma contextualização histórica sobre a imprensa e as mulheres negras no Brasil, partindo para uma análise categorial (proposta por Laurence Bardin) que permitiu a (re)interpretação sobre o papel dos blogs para esse grupo que, se apropriando da força de disseminação da internet, tem buscado a contra-estigmatização e fortalecimento de suas características afro-brasileiras. A partir de matérias que valorizam a estética e cultura negra, as blogueiras têm cumprido um papel de extrema importância na sociedade contemporânea.

Sendo assim, a matéria sobre as blogueiras negras, presente na Revista Raça Brasil, confirma a insistente luta dessas mulheres e demonstra que houve um avanço em relação à visibilidade do grupo. A revista trouxe, portanto, relatos pontuais de mulheres que têm feito a diferença no mundo contemporâneo, através do uso da internet e suas diversas ferramentas, tal como os blogs de moda e beleza.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** (L. de A. Reto & A. Pinheiro, Trads.). Lisboa: Edições 70. 2006 (Obra original publicada em 1977)

BORDIEU. **A dominação masculina**. Tradução Maria Helena. Kuhner. 2a ed. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CINTRA, José Carlos. **Revista Raça Brasil: o negro como sujeito midiático no jornalismo e na publicidade**. São Paulo, 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Marília: UNIMAR, 2007.

**Editora Minuano**. Site. Disponível em: <[www.edminuano.com.br/raca-brasil-6862](http://www.edminuano.com.br/raca-brasil-6862)> Acesso em: novembro de 2015.

FOLHA ONLINE. **Símbolo termina parceria com oceano e cede Raça Brasil e Atrevida**. 2007. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2007/06/304149-simbolo-termina-parceria-com-oceano-e-cede-raca-brasil-e-atrevida.shtml?mobile>> Acesso em: outubro de 2015.

GROSS, Daniele. Espaços Midiáticos e Contraestigmatização: Raça Brasil e a valorização do negro Brasileiro. **Revista Novos Olhares** - Vol.2 N.1 2013

IPEA. **Políticas sociais:** acompanhamento e análise. Brasília: Ipea, 2015.v.: il.

IPEA. **Retrato das desigualdades de gênero e raça.** Instituto de Pesquisa Econômico Aplicada et al. 4 ed. Brasília: Ipea, 2011. Em: <<http://www.ipea.gov.br/retrato/>>

MACEDO, Aroldo. (Depoimento) In: Gênero e raça em revista: debate com os editores da revista raça brasil. **Cadernos pagu** (6-7) 1996: p.241 -296.

MELO, Roberto de. (Depoimento) In: Gênero e raça em revista: debate com os editores da revista raça brasil. **Cadernos pagu** (6-7) 1996: p.241 -296.

NEPABUCENO, Bebel. **Mulheres negras:** protagonismo ignorado. In: PINSKY, Carla B; PEDRO, Joana M(organizadoras). Nova história das mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2012.

ORIHUELA, José Luis. **Blogs e blogsfera:** o meio e a comunidade. In: ORDUÑAS, Octavio Rojas [et al.] tradução Vertice Translate. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

**Raça Brasil.** São Paulo: Editora Minuano. Nº 196. 2015

RIBEIRO, Matilde. Mulheres negras brasileiras: De Bertioga a Beijing. **Revista Estudos Feministas** Nº 2, 1995

SANTOS, João Batista Nascimento dos. O negro representado na revista Raça Brasil. In: **IDENTIDADE!** Vol. 11, 2007.

SANTOS, Leandro José dos. **Por dentro do espelho:** reflexões sobre o feminino negro em Raça Brasil. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Estadual Paulista Júlio De Mesquita Filho, São Paulo, 2011.

SILVEIRO, Valter. (Depoimento) In: **Gênero e raça em revista:** debate com os editores da revista raça brasil. **Cadernos pagu** (6-7) 1996: p.241 -296.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.