Revista África e Africanidades, Ano XVI, ed. 47-48, ago. a nov. 2023 – ISBN 1983-2354
www.africaeafricanidades.com.br

RACISMO ALGORÍTMICO: VIVÊNCIAS E PERCEPÇÕES DE INFLUENCIADORES(AS) DIGITAIS NEGROS(AS)

Brunno Ewerton de Magalhães Lima

Carla Fernanda de Lima

Resumo: No contexto contemporâneo, inovações tecnológicas, como a internet e os algoritmos de Inteligência Artificial (IA), impulsionaram a proliferação de plataformas digitais na sociedade. Isso deu origem a novas profissões, como a de influenciadores digitais, que se baseiam na economia da atenção e na construção de capital social, especialmente dentro das grandes empresas de tecnologia. Neste cenário, este trabalho se propõe a explorar, com base em teorias e denúncias, como a engenharia algorítmica da IA pode incorrer em vieses racistas, resultando em comportamentos discriminatórios contra pessoas negras em plataformas digitais. O objetivo deste estudo é compreender as vivências e percepções dos influenciadores negros à luz de casos de racismo algorítmico. Para alcançar esse objetivo, se adotou uma abordagem exploratória-descritiva, envolvendo quatro influenciadores negros que denunciaram publicamente casos notáveis de racismo algorítmico em diversos meios de comunicação. Para analisar o contexto e monitorar os perfis dos participantes, utilizamos a Etnografia Digital. As entrevistas foram submetidas à Análise Temática Reflexiva de Braun e Clarke. Os resultados revelaram que influenciadores negros relataram experiências de racismo algorítmico, incluindo discriminação na escrita por meio de termos raciais, embranquecimento de rostos negros devido ao uso de filtros, e uma redução no alcance de conteúdos relacionados a questões raciais. Além disso, os participantes destacaram como essas experiências os levaram a atuar como agentes de mudança e ativismo racial, ocupando um espaço de visibilidade importante na discussão sobre questões raciais e influenciando positivamente outras pessoas por meio de seus trabalhos. Portanto, este estudo contribui para uma compreensão mais aprofundada de uma questão crucial na sociedade contemporânea, evidenciando suas implicações e complexidades para uma luta antirracista em uma sociedade mediada pela mídia.
Palavras-chave: Inteligência Artificial; Plataformas Digitais; Racismo Algorítmico; Influenciadores(as) Digitais.

ALGORITHMIC RACISM: EXPERIENCES AND PERCEPTIONS OF BLACK DIGITAL INFLUENCERS

Abstract: In the contemporary context, technological innovations such as the internet and Artificial Intelligence (AI) algorithms have facilitated the proliferation of digital platforms in society. This has given rise to emerging professions, such as digital influencers, which rely on the attention economy and the cultivation of social capital, particularly within large technology corporations. In light of this, this paper seeks to investigate, drawing on theories and reported incidents, how AI algorithmic engineering can introduce racist biases, leading to discriminatory behaviors against individuals of African descent on digital platforms. The objective of this study is to comprehend the experiences and perspectives of Black influencers concerning instances of algorithmic racism. To attain this objective, an exploratory-descriptive methodology was employed, involving four Black influencers who have publicly exposed prominent cases of algorithmic racism across various media outlets. Digital ethnography was utilized to examine the context and monitor the participants' profiles, while Braun and Clarke's Reflective Thematic Analysis was applied to analyze the interviews. The findings revealed that Black

influencers reported encountering algorithmic racism, which included racial term-based discrimination in written content, the lightening of Black faces due to the use of filters, and a reduction in the visibility of content related to racial issues. Additionally, participants emphasized how these experiences empowered them to engage in racial activism and occupy a significant space of visibility in discussions related to racial matters, positively influencing others through their work.
Keywords: Artificial Intelligence; Digital Platforms; Algorithmic Racism; Digital Influencers.

Revista África e Africanidades, Ano XVI, ed. 47-48, ago. a nov. 2023 – ISBN 1983-2354
www.africaeafricanidades.com.br

1. INTRODUÇÃO

O cenário da governança digital no Brasil está atualmente em efervescência devido à discussão em torno do Projeto de Lei (PL 21/2020). Este projeto tem como objetivo central a regulamentação do uso de algoritmos de Inteligência Artificial (IA) pelas grandes empresas de tecnologia, também conhecidas como big techs. Um aspecto de notável relevância contido no PL é a imposição de uma obrigação direcionada a essas empresas, que consiste em evitar a discriminação com base em vieses fenotípicos e raciais, com o intuito de impedir a perpetuação de preconceitos, notadamente o racismo (BRASIL, 2022).

Acerca disto, este estudo parte da premissa de que o racismo estrutural perpassa as relações psicossociais na sociedade brasileira, como enfatizado por Nascimento (2016) e Almeida (2019). Nesse contexto, será apresentada uma revisão da literatura que aborda pesquisas sobre manifestações de comportamentos racistas em plataformas digitais, conforme discutido por (NOBRE, 2018; SILVA, 2020; CARRERA; CARVALHO, 2020), bem como casos concretos envolvendo influenciadores digitais negros que foram vítimas de discriminação, conforme abordado por Morais (2020). Logo, fazendo um paralelo a ampla utilização dos algoritmos de IA pelas *big techs*, para atender a um mercado que sustenta e promove essas novas tecnologias, orientado pelo capitalismo de vigilância visando lucro (BRUNO, 2013; ZUBOFF, 2015). Vale ressaltar que, até o momento, o Brasil carece de uma regulamentação específica que aborde o uso da IA em diversas esferas digitais.

Partindo disto, a rápida evolução tecnológica, com ênfase nos avanços dos algoritmos de IA, tem reformulado as dinâmicas das interações nas plataformas digitais e impulsionado o mercado da influência digital, como discutido por Recuero (2012) e Karhawi (2017). No entanto, é fundamental reconhecer que, embora essas tecnologias estimulem inovações e oportunidades de emprego, também possuem o potencial de amplificar preconceitos profundamente arraigados na sociedade, entre os quais se destaca o racismo.

Considerando esta perspectiva, fundamentada em estudos de (MEJÍAS; COULDRY, 2019; SILVA, 2020; CARRERA; CARVALHO, 2020), se partiu da hipótese que a programação dos algoritmos de IA tende a reforçar uma estrutura racista e colonial, na qual os influenciadores estão sujeitos a vieses discriminatórios inerentes a esse funcionamento. Nesse contexto, o objetivo desta pesquisa é compreender as vivências e percepções dos influenciadores negros à luz de casos de racismo algorítmico.

O percurso metodológico deste estudo teve início com uma revisão da literatura sobre o tema, seguida pela análise de reportagens que documentam casos envolvendo influenciadores digitais negros no Brasil, que denunciaram incidentes de racismo algorítmico. A análise das entrevistas foi conduzida por meio da abordagem da Análise Temática Reflexiva (ATR) proposta por Braun e Clarke (2006), proporcionando uma representação das narrativas e de suas interconexões. Além disso, foi observado os perfis e contexto virtual dos participantes junto aos casos relatados utilizando o método da

Etnografia Digital proposto por Hine (2020), o que inclui a análise de métricas, engajamento, conteúdos e interações presentes nas narrativas dos influenciadores na web.

Dessa forma, a pesquisa busca uma abordagem que considera aspectos psicossociais, inspirada na perspectiva de Latour (1996). Essa abordagem implica em seguir os rastros não apenas dos atores humanos (suas narrativas e relatos de experiência), mas também dos não humanos (o comportamento dos algoritmos, medido por métricas, conteúdos e interações na rede). A seguir, será discutido um cenário que envolve teóricos e atores humanos e não humanos, todos eles contribuindo para a compreensão dos temas contemporâneos na cultura e na governança digital.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Capitalismo de Vigilância e Racismo Algorítmico: Afetações no Campo da Influência Digital

Os algoritmos, fórmulas matemáticas desenvolvidas desde a antiguidade, evoluíram para algoritmos de IA na Quarta Revolução Industrial e Tecnológica (LÉVY, 2010). Acerca disto, os algoritmos de segunda geração, são baseados em ecologia cognitiva de aprendizado de máquina, coletam, armazenam e identificam padrões de dados e preferências como elucida o autor. Assim, *big techs* donas de plataformas como *Google, Facebook, Instagram, Twitter* e etc, utilizam amplamente algoritmos baseados na capacidade de aprendizado de máquina (ZUBOFF, 2015).

Isso está relacionado ao mercado do capitalismo de vigilância, onde dados dos usuários são comercializados, baseado no conceito de big data (BRUNO, 2013; ZUBOFF, 2015). No contexto da vigilância algorítmica em plataformas digitais, Kaufman & Santaella (2020) oferecem um exemplo de como esses algoritmos operam no Instagram: 1 - Um perfil "curte" uma publicação sobre moda; 2 - A "curtida" fornece dados de entrada para o algoritmo; 3 - A IA, utilizando aprendizagem de máquina, identifica o interesse desse perfil por conteúdos de moda com base em seu histórico digital; 4 - A IA realiza uma análise nos dados coletivos, buscando conteúdos de moda com alto engajamento na plataforma. Assim, os algoritmos apresentam ao usuário recomendações de conteúdo de moda que têm maior probabilidade de despertar seu interesse, com o objetivo de mantê-lo mais tempo no Instagram (ZUBOFF, 2015; KAUFMAN; SANTAELLA, 2020).

Para entender como os algoritmos de IA influenciam narrativas e percepções se parte da teoria *Actor–Network Theory* (ANT) de Latour (1996). Na ANT, a análise do psicossocial envolve compreender as relações entre atores humanos e não humanos, como algoritmos e plataformas digitais. Cada ator desempenha um papel em um ambiente virtual contemporâneo, onde a percepção subjetiva humana é vista como parte de uma dinâmica de produção que transcende fronteiras tradicionais, como proposto por Deleuze e Guattari (1980).

A sigla ANT, proposta por Latour (1996), se assemelha à meticulosidade das formigas, que seguem rastros em microambientes. A ANT busca mapear narrativas digitais em comunidades virtuais. De acordo com Bruno (2013), as plataformas digitais e os algoritmos de IA exercem vigilância e enunciação, moldando modos de existência e, às

vezes, perpetuando preconceitos. Isso ressalta que as narrativas digitais em comunidades virtuais são influenciadas pela tecnocracia e vigilância dos algoritmos, além das relações humanas tradicionais (ZUBOFF, 2015).

A capacidade dos algoritmos de IA em aprender, vigiar e cruzar dados humanos pode resultar em vieses devido aos rastros digitais deixados por usuários, incluindo concepções preconceituosas como o racismo estrutural conforme discutido por Nobre (2018) em seu livro *Algorithms of Oppression*. Esse sistema estrutural do racismo, como discutido por Almeida (2019), está institucionalizado em vários aspectos da sociedade brasileira, buscando subjugar pessoas negras à inferioridade e marginalização

No campo da programação, especialistas como Mejías e Couldry (2019) apontam que os algoritmos de IA perpetuam estruturas racistas e coloniais, conforme discute Almeida (2019), em uma nova forma de colonialismo de dados. Isso marginaliza as pessoas negras na sociedade, alinhando-se com a perspectiva de Abdias do Nascimento (2016) em "O Genocídio do Negro Brasileiro", que destaca o objetivo do racismo estrutural de anular a cultura e subjetividade das comunidades negras.

Conforme Silva (2020), o racismo algorítmico é uma forma dissimulada de violência racial, evidenciada nos resultados de máquinas. Isso inclui a classificação de gírias e palavras associadas à raça como conteúdo violento no processamento de linguagem, a aplicação de filtros que clareiam a pele de pessoas negras no reconhecimento facial, a apresentação de termos racistas em buscas e a redução do alcance de conteúdos sobre questões raciais nas mídias digitais (SILVA, 2020).

O entrelaçamento do racismo estrutural com o racismo algorítmico é evidente em estudos como o de Carrera e Carvalho (2020), que analisaram plataformas de imagens, como Google e Getty Images, usando os termos *nanny* em inglês e babá em português. Os resultados mostraram que a maioria das imagens exibidas eram de mulheres negras, sugerindo que o algoritmo considerou o termo babá como entrada e o cruzou com bancos de dados relacionados ao serviço doméstico. Outro comportamento denunciado por Silva (2020) no reconhecimento facial no Instagram, observando que os filtros da plataforma tendiam a embranquecer a pele de pessoas negras, refletindo a lógica colonial do colorismo, conforme descreve Fanon (2016).

No campo da escrita os algoritmos do *Twitter* passaram a identificar tweets escritos em inglês com gírias afro-americanas como discurso de ódio (SILVA, 2020). Nobre (2018) destaca que a rápida automação das plataformas por meio de algoritmos de IA visa economizar recursos, mas torna as plataformas mais suscetíveis a vieses racistas, pois permitem a identificação e remoção de conteúdos sensíveis sem avaliação humana.

A evolução da programação está ligada ao mercado econômico, segundo postula Recuero (2012), o capital social em rede diz respeito ao crescimento que a internet deu para figuras midiáticas, especialmente aquelas que possuem habilidades de influência e engajamento em plataformas virtuais. Acerca do cenário histórico digital, Karhawi (2017) trata que indivíduos com capital social no meio digital estavam inicialmente associados a plataformas como blogs. No entanto, segundo a autora com o surgimento e expansão de redes sociais como *Instagram* e *Twitter*, uma nova ocupação surgiu, centrada na

capacidade de um indivíduo influenciar seu público por meio dessas mídias sociais. O termo 'influenciador digital' adquiriu sua acepção atual como uma ocupação reconhecida, conforme destacado por Karhawi (2017).

No mercado de influenciadores digitais, Rocha et al. (2020) identificaram o racismo estrutural e sua influência nas remunerações, observando que as influenciadoras brancas recebem mais devido à maior visibilidade conferida pelos algoritmos do Instagram em comparação às influenciadoras negras. O caso da influenciadora Sá Ollebar (@saollebar), que aborda temáticas negras com o projeto Preta Pariu, ilustra como o racismo afeta as métricas de engajamento. Ela viu uma diminuição no alcance de seus conteúdos até que começou a postar fotos de mulheres brancas em seu perfil, resultando em um aumento surpreendente de 6000% no alcance (MORAES, 2020).

Com base no referencial teórico apresentado se observa a complexa interseção entre a evolução tecnológica, a influência digital e o racismo. Será apresentado a seguir a estrutura e os métodos empregados para analisar as narrativas e os rastros, tanto humanos quanto não humanos, que moldam o percurso de influenciadores nas mídias sociais e revelam os desafios enfrentados por atores em suas trajetórias digitais.

2.3 Método

O estudo adota uma abordagem de pesquisa exploratória-descritiva, que tem como principal objetivo inicial conhecer e compreender uma temática específica e a comunidade em questão. Em seguida, busca explorar e aprofundar a descrição do fenômeno e seus efeitos nos indivíduos (GIL, 2008). A seleção dos participantes seguiu critérios específicos: 1) Os participantes deveriam criar conteúdos identitários sobre raça/etnia em suas redes sociais; 2) Deveriam ter denunciado casos de racismo algorítmico em suas postagens, entrevistas ou publicações públicas em seus perfis. Os participantes forneceram autorização para que suas identidades fossem reveladas, enfatizando o protagonismo de suas vivências e trabalho.

Para coletar dados, utilizamos inicialmente um Questionário Sociodemográfico para identificar o perfil dos participantes abordando aspectos etnográficos. Para compreender a dinâmica de conteúdos e temas abordados pelos participantes em suas redes sociais, empregamos a metodologia da Etnografia Digital, conforme proposta por Hine (2020). Essa abordagem qualitativa permitiu acompanhar as nuances e interações dos indivíduos em ambientes virtuais, sendo amplamente utilizada em estudos no campo virtual para compreender as interações e relações permeadas pela midiatização e identidades em ambientes digitais.

A pesquisa contou com uma escuta de quatro interlocutoras(es) negras(os) sendo: @levikaiquef (Levi Kaique Ferreira), @ashleymlia (Ashley Malia), @giseledeassis (Gisele de Assis) e @ludaltro_ (Luana Daltro). Os casos dos influenciadores(as) @levikaiquef e

@ashleymlia foram identificados a partir de um relato no site Negrê[1], denunciando acerca da queda de engajamento desses perfis em suas mídias sociais sobre conteúdos raciais. Já o caso da influenciadora @giseledeassis relatou a TV Cultura[2] sobre quando postava conteúdos com fotos de pessoas brancas e que estes tinham mais alcance e engajamento em detrimento a postagens com pessoas negras. Já o caso de @ludaltro_ foi denunciado por reportagem da Revista Claudia da Editora Abril[3], sobre o mecanismo dos algoritmos do Google Imagens, que correlacionam a busca pelo termo "cabelo feio" com imagens de mulheres negras, no qual a participante está entre os primeiros resultados nas imagens.

Os quatro influenciadores selecionados possuem diferentes perfis e audiências em suas redes sociais. @levikaiquef, com 130 mil seguidores no Instagram e 144.467 seguidores no Twitter (19/09/2023), atua como palestrante, engenheiro civil, professor e criador de conteúdo nas áreas de cultura pop e identidade racial em tempo integral. @ashleymlia, com 61,6 mil seguidores no Instagram, 22.497 seguidores no Twitter e 73,6 mil seguidores no TikTok (19/09/2023), é jornalista e aborda temas relacionados à autoestima, cabelo crespo, moda e livros. @giseledeassis, com 102 mil seguidores no Instagram e 18,3 mil seguidores no TikTok (19/09/2023), é DJ, modelo e consultora de estilo pessoal, focando em conteúdos relacionados à moda, luxo e questões raciais em tempo parcial. @ludaltro_ possui 6.258 seguidores no Instagram e 846 seguidores no Twitter (19/09/2023), se identificando como mulher negra cisgênero e heterossexual, com ensino superior completo na área de Comunicação, atuando como jornalista e criadora de conteúdo focada em temáticas identitárias e raciais.

Para analisar as experiências dos participantes em relação a episódios que perceberam como comportamento racista dos algoritmos em plataformas digitais, foram feitas um roteiro de entrevista semiestruturada composto por dez perguntas elaboradas pelos pesquisadores. As entrevistas foram realizadas de forma virtual, gravadas e posteriormente transcritas para análise. Se utilizou o método de ATR proposto por Braun e Clarke (2006) para identificar temas e subtemas nas narrativas dos participantes, combinando-os com a revisão de literatura relacionada ao tema em questão, resultando em um mapa mental que representa a análise das entrevistas.

2.4 Resultados e discussão

[1] Reportagem: Digital Influencers denunciam racismo algorítmico do Instagram. **Negrê**, 2020. Disponível em: https://negre.com.br/digital-influencers-denunciam-racismo-algoritmico-do-instagram/?msclkid=a43ec693bc0911ec8a5879543157a7fc. Acesso em: 20 abr. 2023.

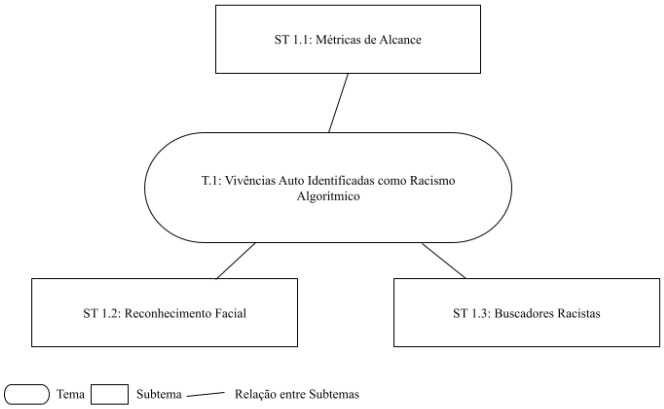
[2] Reportagem: Influenciadores negros denunciam racismo em algoritmos nas redes sociais. **TV Cultura** [Vídeo] YouTube, 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=unTExNn2SCQ. Acesso em: 20 abr. 2023.

[3] Reportagem: Como a internet reproduz machismo e racismo – e às vezes você nem percebe. **Revista Cláudia**, São Paulo, 2021. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/sua-vida/algoritmo-machismo-racismo. Acesso em: 20 abr. 2023.

Revista África e Africanidades, Ano XVI, ed. 47-48, ago. a nov. 2023 – ISBN 1983-2354
www.africaeafricanidades.com.br

Baseado na abordagem metodológica da ATR de Braun e Clarke (2006), apresenta-se na Figura 1 o Mapa Mental construído a partir da análise das falas dos participantes, agrupados e alinhados em Temas e Subtemas.

Figura 1 – Mapa mental baseado na ATR de Braun e Clarke (2006).



Fonte: Elaboração da pesquisa.

A FIGURA 1 exibe o MM, que foi criado para organizar as interações das falas dos participantes em Temas (T) e Subtemas (ST). Essa organização, alinhada à abordagem metodológica da ATR de Braun e Clarke (2006), se baseou na semântica e no significado das falas dos participantes.

A ATR tem como objetivo facilitar e visualizar as percepções e vivências dos entrevistados, conforme buscado neste estudo. O T1: "Vivências Auto Identificadas como Racismo Algorítmico" engloba a partir do autorrelato vivências e percepções sobre episódios racistas no comportamento dos algoritmos em plataformas digitais. A seguir, cada Subtema são apresentados e discutidos diferentes tipos de comportamentos racistas da IA. Logo, os resultados e discussão serão apresentados em tópicos separados, com o intuito de proporcionar uma melhor organização e compreensão ao leitor.

T1: Vivências auto identificadas como Racismo Algorítmico

No T1, estão reunidos episódios identificados pelos participantes como comportamentos racistas provenientes de algoritmos em redes sociais e mecanismos de busca de imagens. A categorização dos tipos de racismo algorítmico seguiu a metodologia da ATR e se baseou em pesquisas anteriores que identificaram tais comportamentos racistas em redes sociais (SILVA, 2020) e em plataformas de busca de imagens (CARRERA; CARVALHO, 2020). Cada tipo foi agrupado em seus respectivos Subtemas.

No primeiro ST 1.1: Métricas de Alcance, os participantes discutem suas percepções sobre como a engenharia no funcionamento dos algoritmos tende a afetar negativamente

as métricas em seus perfis nas redes sociais. Acerca disto, é relatado episódios de discriminação racial pelos algoritmos do *Instagram*, como relata @giseledeassis:

> Tomo cuidado com as palavras que escrevo, [...] algumas postagens que falam de racismo têm que colocar no A um 4, um 0 ao invés do O, porque são palavras que eles [Algoritmos] entendem como algo violento (Entrevistada @giseledeassis).

O episódio relatado pode ser na Figura 02 em exemplo em páginas do Instagram para driblar tal mecanismo.

Figura 2 – Estratégias contra o racismo algorítmico na escrita no Instagram.

Fonte: Postagem (19/09/2022) @revistaebanobrasil (Ébano,2022)[4]; Postagem (19/09/2022) @choquei (Choquei, 2022)[5].

Acerca disto, em estudo Silva (2020) denúncia que no Twitter os algoritmos da plataforma passaram a categorizar frases com gírias afro americanas como conteúdos sensíveis ou violentos. Correlacionado ao estudo supracitado e perante a vivência da influenciadora supõe-se que essa discriminação algorítmica também acontece no Instagram. Para o influenciador @levikaiquef, esse comportamento racista do algoritmo impacta suas atividades nas redes, como relata:

> Todos os produtores de conteúdo que falam sobre racismo eles não conseguem ter um alcance relevante, eu percebo que essas páginas profissionais de fofoca eles riscam quando citam racismo, eles não usam a palavra inteira, colocam asterisco ou alguns caracteres especiais. Por que parece que usar o termo racismo diminui o alcance da sua publicação em geral. Então não tem como escrever sem falar de racismo, sem falar de branquitude, e sem falar nesses termos, com isso o alcance é bem limitado mesmo nesse sentido no Instagram. (Entrevistado @levikaiquef).

---

[4] Postagem Instagram: **Revista Ébano**, 2022. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cifrov1A-li/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D. Acesso em: 21 de abr. de 2023.
[5] Postagem Instagram: **Choquei**, 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CisDcVPuVmj/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D. Acesso em: 21 de abr. de 2023.

O relato reforça como o mecanismo de discriminação nos caracteres denunciado pelos influenciadores pode impactar na queda de alcance, nesse sentido, convergindo no prejuízo e preterimento de conteúdos que abordam a temática racial. Logo, concebendo o racismo como sistema estrutural no Brasil, o preterimento de negros na sociedade brasileira é visto na educação, saúde, trabalho, entre outros locais de poder visando o silenciamento (NASCIMENTO, 2016), que novamente reformula-se agora no contexto virtual. Ainda sobre isto, o influenciador @levikaiquef complementa:

> [...]Eu já falei sobre racismo algorítmico no meu perfil, muita gente chega e fala que as minhas publicações não aparecem para eles. Dizem 'faz meses e eu sigo você e curto tudo que você posta não tem porque não aparece. Seus stories não aparecem para mim'. Ai eu posto sei lá um stories brincando com a minha sobrinha ai aparece para a pessoa. É muito aleatório sabe, no dia o meu perfil tem mais de 100 mil seguidores e num dia tá com 8 mil visualizações nos stories, no outro dia 250, não é uma queda que você entende tipo ah esse conteúdo a galera não gostou tanto, é muito brusco e aleatório, não tem uma lógica que você consegue acompanhar. (Entrevistado @levikaiquef).

O relato ilustra como a discriminação na escrita afeta a visibilidade e o alcance das postagens, resultando em prejuízos e na supressão de conteúdos relacionados à temática racial. Nascimento (2016) e Almeida (2019) discutem de forma abrangente o racismo estrutural no Brasil, demonstrando como ele se manifesta em desigualdades persistentes em diversas áreas. Essas desigualdades se transpõem e perpetuam-se ao mundo virtual, quando os algoritmos discriminam ou diminuem a visibilidade de conteúdos relacionados à questão racial, contribuindo para a marginalização das vozes e perspectivas negras em plataformas digitais.

Dessa forma, é crucial reconhecer que esses fenômenos não ocorrem de forma isolada, mas estão inseridos em um contexto mais amplo de discriminação racial como denuncia estudos sobre o tema por pesquisadores negros como (NOBLE, 2018; SILVA, 2020; CARRERA; CARVALHO, 2020). Analisar essas dinâmicas é fundamental para buscar soluções e promover mudanças. Em apoio a essas percepções, a influenciadora @giseledeassis enfatiza:

> Quando a gente fala que o algoritmo é malvado comigo, eu já fiz vários cursos de formas diferentes de como lidar com Instagram e lidar com o algoritmo. [...] Vejo mulheres brancas e loiras estilo europeu que engajam muito mais e às vezes o conteúdo nem é tão bom. [...] Eu falo poxa, mas peraí, eu estou com a luz boa, maquiada, roupa legal, cenário legal e áudio tá bom, capa tá boa e dicção boa e tudo bom e a visualização é ruim. Porque? (Entrevistada @giseledeassis).

A denúncia feita pela influenciadora de moda encontra respaldo em uma reportagem da TV Cultura, corroborando as preocupações levantadas anteriormente por influenciadores como Sá Ollebar (@saollebar). Essas denúncias ilustram de maneira

convincente como os algoritmos de IA funcionam como agentes de perpetuação de um modelo colonizador conforme discutido por (MEJÍAS; COULDRY, 2019).

É crucial entender que, de acordo com Recuero (2012), ocupações como o marketing de influência dependem da habilidade dos indivíduos em gerar métricas que valorizem seus perfis e, consequentemente, seu capital social. No entanto, Rocha et al. (2020) revelam um viés racista, onde influenciadores negros recebem menor remuneração em comparação com seus colegas brancos, por parte de agências e empresas de marketing digital.

Essa discussão reforça a necessidade urgente de uma análise crítica e ação concreta para combater o racismo algorítmico nas plataformas digitais. A discriminação algorítmica não apenas prejudica a visibilidade e a igualdade de oportunidades para influenciadores negros, mas também perpetua estereótipos prejudiciais e desigualdades sistêmicas. Logo, é fundamental buscar soluções que promovam a justiça e a equidade nessas plataformas, a fim de criar um ambiente digital mais inclusivo e igualitário.

Adentrando outro comportamento compreendido como racista na experiência dos participantes está o ST 3.2: Reconhecimento Facial, englobando vivências dos participantes do estudo sobre episódios em que se utilizam de filtros de “embelezamento”, principalmente no Instagram, e como resultado seus rostos são embranquecidos. Tal experiência é relatada pela criadora de conteúdo digital @ludaltro_:

> Já aconteceu de usar um filtro que o pessoal usou brincando. Aí fiquei branca e então fiquei ‘meu Deus que absurdo’, e comecei a problematizar muito, esse stories com a foto da pele branca chegou a quase 2 mil ou 3 mil visualizações. Só porque estava com filtro com pele branca, então sinto essas diferenças. Normalmente, meus stories e posts demoram a ter o crescimento como uma curvinha devagar até dar o boom. E nossa esse stories quando postei em meia hora já tinha 400 visualizações, que é uma coisa que pra minha realidade em 1h meia hora um absurdo. (Entrevistada @ludaltro_).

A denúncia reforça importantes prismas teóricos que evidenciam como pessoas negras frequentemente não se encaixam nos padrões de valores e crenças estabelecidos por uma sociedade racista. Nesse contexto, persiste a percepção de que o ideal de beleza e civilização continua a ser associado ao branco, como destacado por Fanon (2016). Essa ideia reforça estereótipos prejudiciais e perpetua a desigualdade racial ao criar um padrão normativo que marginaliza e exclui as pessoas negras. Um exemplo ilustrativo desse problema pode ser observado em um experimento realizado no *FaceApp*, conforme evidenciado na Figura 3.

Figura 3 – Aplicativo embranquece rosto de pessoas negras.

Revista África e Africanidades, Ano XVI, ed. 47-48, ago. a nov. 2023 – ISBN 1983-2354
www.africaeafricanidades.com.br

Fonte: Reportagem R7[6].

De acordo com Silva (2020), o processo de embranquecimento de rostos negros pelos algoritmos de IA fundamenta-se na análise dos rastros digitais dos usuários e na capacidade de aprendizado de máquina, como explicam Kaufman e Santaella (2020) em seu estudo sobre o funcionamento desses algoritmos. Esses algoritmos são projetados para examinar os padrões de interação dos usuários com imagens e informações na internet, identificando tendências e preferências.

Nesse contexto, os algoritmos tendem a estabelecer a pele clara como um critério fundamental para o conceito de beleza, o que corrobora com a nociva lógica do colorismo. Conforme destacado por Fanon (2016), o colorismo refere-se à discriminação baseada em diferentes tons de pele dentro de um grupo racial. Essa discriminação internalizada perpetua a ideia de que quanto mais próxima a tonalidade de pele estiver do ideal de beleza branca, mais uma pessoa é considerada bela e valorizada pela sociedade.

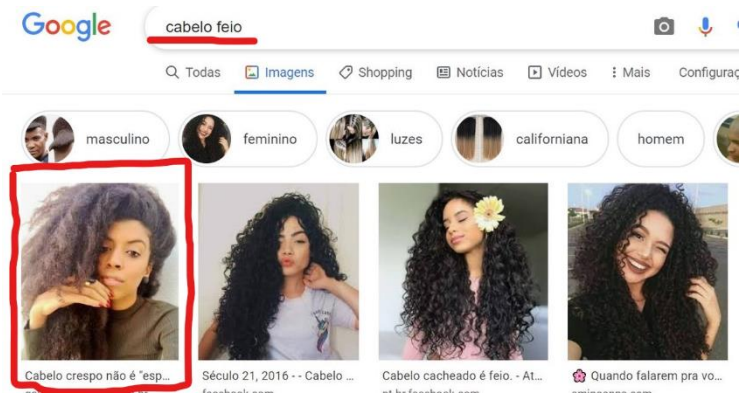
No ST 1.3: Buscadores Racistas, é relatado pela participante @ludaltro_ episódio denunciado pela criadora de conteúdo sobre sua foto estar nas imagens em busca por cabelo feio no Google Imagens, denunciado em reportagem.

> Na verdade, eu vivenciei uma situação que não foi com o Instagram ou qualquer outra mídia, foi com o Google [...] uma menina negra falando sobre racismo algorítmico e mostrando alguns casos, e ela colocava cabelo ruim no Google e mostrava as imagens e a minha foto estava como uma das primeiras imagens de busca. (Entrevistada @ludaltro_).

O episódio relatado pela influenciadora pode ser visto na Figura 4.

Figura 4 – Busca pelo termo ‘cabelo feio’ no Google Imagens.

[6] Reportagem: **Record R7**, 2019. Disponível em: https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/o-racismo-por-tras-dos-filtros-do-faceapp-e-de-outras-tecnologias-19072019. Acesso em: 20 abr. 2023.



Fonte: Reportagem Revista Claudia Editora Abril[7].

A experiência compartilhada por @ludaltro_ ilustra como os algoritmos podem reforçar estereótipos racistas e patriarcais em relação às mulheres negras. Isso é evidenciado por estudo de Carrera e Carvalho (2020), que analisou estereótipos raciais em bancos de imagens relacionados a mulheres negras. Essa representação estereotipada não apenas fomenta preconceitos, mas também marginaliza e desvaloriza as experiências das mulheres negras. Na Figura 5 é apresentado a postagem da influenciadora sobre o episódio relatado, mostrando com base na Etnografia Digital na perspectiva de Hine (2020), como as plataformas digitais são locais de enunciação de percepções e trocas de vivencias. Neste caso, a influenciadora usa suas redes como espaço de denúncia e de voz a suas experiências, como pode ser visto a seguir.

Figura 5 – Postagem sobre o episódio de racismo algorítmico no Google Imagens.

Fonte: Postagem @ludaltro_[8].

[7] Reportagem: **Revista Cláudia**, 2021. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/sua-vida/algoritmo-machismo-racismo. Acesso em: 20 abr. 2023.
[8] Postagem: @ludaltro. **Instagram**. Disponível em: https://www.instagram.com/ludaltro_/?hl=pt-br&img_index=1. Acesso em: 12 jul. 2023.

Dentro do racismo algorítmico pontua-se a intersecção entre marcadores identitários de raça e gênero que vulnerabilizam mulheres pretas duplamente na discriminação dos algoritmos como trata as pesquisadoras Carrera & Carvalho (2020). Assim, ao tempo que tais episódios relatados pelos participantes da presente pesquisam provocam violências na fala dos mesmos também causam um movimento de tornar-se uma figura de referência por meio de suas vivências por meio do ativismo digital, como será discutido no tópico a seguir.

Emergiu nos relatos da influenciadora os atravessamentos deste episódio, tratando sobre como o lugar de influenciador(a) pode trazer identificação de casos vivenciados sobre temáticas como o racismo algorítmico em casos expostos nas redes, como relata @ludaltro_ sobre após sua denúncia sobre o racismo algorítmico no *Google* Imagens, como diz:

> [...] Uma mãe viu meu caso na internet e entrou em contato para conversar. Ela tinha duas filhas gêmeas só que uma delas tinha o cabelo liso e outra crespo, e a que tinha o cabelo crespo sofria muito racismo, aí ela disse que a filha achou uma foto no Google, ela foi procurar cabelo feio e aí ela viu que só tinha pessoas iguais a ela. Ai a mãe disse que queria processar o Google, e queria que eu entrasse judicialmente com ela. (Entrevistada @ludaltro_).

O relato perpassa o local em que as plataformas digitais atuam no processo de midiatização e identificação e afetações subjetivas, o poder de voz que figuras como @ludaltro_ passam a ocupar geram um processo de identificação por episódios que muitas vezes podem ser apenas um comportamento visto como normal pelas plataformas como Google Imagens e outros buscadores.

Porém, a denúncia e a capacidade que cada influenciador assume perante o contemporâneo produz um local de potência contra um racismo estrutural e estruturante que se reformula nas arquiteturas dos algoritmos de IA, como pode ser visto no relato trazido por @ludaltro_.Partindo disto, o percurso de vivências e percepções que os participantes trazem para discussão e compreensão no presente trabalho tem importância impar para se entender novos processos de racismo e violências no âmbito da midiatização em plataformas digitais.

3. CONCLUSÃO

Este estudo foi conduzido com o propósito central de compreender o fenômeno do racismo algorítmico. Utilizou-se uma abordagem metodológica que rastreou os rastros e as cenas virtuais criadas pelos atores, levando em consideração os vieses e as mediações inerentes aos algoritmos de IA. A partir dos relatos fornecidos por influenciadores digitais, emergiram de maneira evidente desafios persistentes, notadamente a necessidade de equilibrar a exposição de casos flagrantes de racismo com uma análise mais profunda das estruturas sistêmicas do racismo, que permeiam tanto o mundo físico quanto o ambiente digital, mediadas pelo comportamento enviesado dos algoritmos em si.

No âmbito dos resultados, foi possível identificar situações de racismo algorítmico, conforme reportado pelos participantes. Isso incluiu prejuízos observados nas métricas de alcance, o fenômeno do embranquecimento de rostos em sistemas de reconhecimento facial e resultados de busca de imagens que reforçam estereótipos racistas. É relevante destacar, contudo, que esta pesquisa reconhece suas próprias limitações, especialmente no que se refere à análise detalhada dos mecanismos de programação das plataformas digitais, uma vez que este não foi o seu foco principal. Em vez disso, a pesquisa concentrou-se na compreensão das vivências e percepções dos atores relevantes no ambiente digital. Portanto, torna-se imperativo que estudos futuros se dediquem a investigar mais profundamente o funcionamento interno da IA e dos algoritmos, visando a aprimorar as estratégias de combate à discriminação no cenário digital.

Frente a essas constatações, destaca-se a importância da luta antirracista contemporânea, que envolve o estudo, denúncia e disseminação no meio científico de casos como os apresentados nesta pesquisa. Recomenda-se, igualmente, que investigações subsequentes se aprofundem nessas questões, contribuindo para a formulação de políticas públicas, como o Projeto de Lei 21/2020, que visam a promover um ambiente virtual mais inclusivo e isento de discriminação racial. O objetivo final é evitar a perpetuação das discriminações históricas nesse espaço virtual cada vez mais influente na atualidade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

BRASIL. **Projeto de Lei n° 1138**. Brasília: Senado Federal, 2022. Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/152960. em: 21 abr. 2023.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BRAUN, Virginia, & CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative research in psychology**, 3(2), 77-101, 2006. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706QP063OA. Acesso em: 21 abr. 2023.

CARRERA, Fernanda; CARVALHO, Denise. Algoritmos racistas: a hiper-ritualização da solidão da mulher negra em bancos de imagens digitais. **Galáxia (São Paulo)**, p. 99-114, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1982-25532020141614. Acesso em: 21 abr. 2023.

FANON, Frantz. **Black skin, white masks**. In: Social Theory Re-Wired. Abingdon: Routledge, 2016. p. 394-401.

GIL, Antonio Carlos**. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed.** São Paulo: Editora Atlas SA, 2008.

KAUFMAN, Dora; SANTAELLA, Lucia. The role of artificial intelligence algorithms in the social web/O papel dos algoritmos de inteligencia artificial nas redes sociais/El papel de los algoritmos de inteligencia artificial em las redes sociales. **Revista Famecos-Midia, Cultura e Tecnologia**, v. 27, p. NA-NA, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074. Acesso em: 21 abr. 2023.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, 17(12), pp.46-6, 2017. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf. Acessado em: 17 abr. 2023.

LATOUR, B. **On actor-network theory: A few clarifications**. Paris: Soziale welt, 369-381, 1996.

MORAES, Yasmim. **Digital Influencers denunciam racismo algorítmico do Instagram.** Negrê. São Paulo: Negrê, 2020. Disponível em: https://negre.com.br/digital-influencers-denunciam-racismo-algoritmico-do-instagram/?msclkid=a43ec693bc0911ec8a5879543157a7fc. Acesso em: 20 abr. 2023.

MEJÍAS, Ulises; COULDRY, Nick. Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. **Virtualis**, v. 10, n. 18, p. 78-97, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i18.289. Acesso em: 20 abr. 2023.

NASCIMENTO, Abdias. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado**. Rio de Janeiro: Editora Perspectiva SA, 2016.

NOBLE, Safiya Umoja. Algorithms of oppression. In: **Algorithms of oppression**. New York: New York University Press, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.18574/nyu/9781479833641.001.0001. Acesso em: 20 abr. 2023.

ROCHA, Cláudio Jannotti; PORTO, Lorena Vasconcelos; ABAURRE, Helena Emerick. Discriminação algorítmica no trabalho digital. **Revista de Direitos Humanos e Desenvolvimento Social**, v. 1, p. 1-21, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.24220/2675-9160v1e2020a5201. Acesso em: 20 abr. 2023.

RECUERO, Raquel. O CAPITAL SOCIAL EM REDE: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social//SOCIAL CAPITAL IN NETWORK: HOW INTERNET SOCIAL NETWORKS ARE GENERATING NEW FORMS OF SOCIAL CAPITAL. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 10, n. 3, p. 597-617, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v10i3.6295>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SILVA, Tarcizio. Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código. **Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares**

afrodiaspóricos, p. 121-135, 2020. Disponível em:https://www.researchgate.net/profile/Fernanda-Carrera-2/publication/341767578_Racismo_e_sexismo_em_bancos_de_imagens_digitais_analise_de_resultados_de_busca_e_atribuicao_de_relevancia_na_dimensao_financeiraprofissional/links/5ed2db3e458515294521df0e/Racismo-e-sexismo-em-bancos-de-imagens-digitais-analise-de-resultados-de-busca-e-atribuicao-de-relevancia-na-dimensao-financeira-profissional.pdf#page=121. Acesso em: 20 abr. 2023.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of information technology**, v. 30, n. 1, p. 75-89, 2015. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1057/jit.2015.5>. Acesso em: 20 de abr. de 2023.