

Revista **MONXORÓS**

Ano 2, Nº 03, V. 01, 2025

ISSN: 2966-0017

[ARTIGO]

O ALGORITMO DOS BANCOS DE IMAGENS E A REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NEGRAS.

Jucinete Lopes da Silva¹

INTRODUÇÃO

A sociedade atual está cada vez mais acelerada, marcada por, como diz Byung-Chul Han², uma falta de distância, de respeito, onde o público e o privado estão cada vez mais próximos e as pessoas se sentem no direito de opinar na vida privada uma das outras e esse comportamento se torna mais comum estando em rede. Nas redes sociais onde os indivíduos se sentem livres para falar sempre o que vem à cabeça sobre a vida de outras pessoas, sem se incomodarem de estar sendo inconvenientes ou até violentos. O ódio na internet é capaz de machucar e causar danos

¹ Pós-graduanda no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, graduada em licenciatura em História- UERN. E-mail: jucinetelopes@gmail.com E-mail institucional: jucinetesilva@alu.uern.br

² HAN, Byung-Chul. **No Enxame**: Perspectivas do digital/ Byung-Chul Han; tradução de Lucas Machado. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

permanentes ao outro. Em um trabalho que se refere a disseminação do ódio nas mídias sociais, Marluci Stein, Cristine Hermann Nodari e Julice Salvagni, refletem sobre como não se pode está livre desse ódio mesmo com os cuidados.

Contudo, por mais que quem administre as redes sociais da empresa, organização ou figura pública e/ou celebridades tome todos os cuidados e faça o monitoramento necessário, muitas vezes a página pode ser vítima de um discurso de ódio ou de incitação à violência pelo conteúdo da postagem (Nodari; Salvagni; Stein, 2018, p. 48).

Isso posto, é muito comum ouvir personalidades com diversos seguidores nas redes sociais falando sobre receber comentários maldosos, onde as pessoas aproveitam-se do anonimato para agir sem respeito uns com os outros em rede. Esse processo funciona de maneira objetiva e fugaz, como, por exemplo, os tópicos em alta na rede social *Twitter*, onde as postagens e *hashtag* estão sendo utilizadas e compartilhadas, mas logo sai dos principais assuntos comentados e vira assunto passado, até ter a possibilidade de ser resgatado. O resgate de tweets antigos é um processo muitas vezes feito por um público que quer colocar em pauta falas de famosos de anos atrás que se diferem dos seus discursos atuais ou das normais sociais aceitas na atualidade.

É nesse contexto que surgem os cancelamentos, onde personalidade famosas no meio digital que são adoradas, seguidas e respeitadas, rapidamente perdem o seu prestígio devido a falas, posicionamentos ou ações antigas ou atuais que segundo o público não condiz com as normais morais, éticas, os valores sociais atuais. Os indivíduos que trabalham com a internet estão sujeitos a uma cultura de cancelamento³, onde surgem ondas

³ Esse é um processo atualmente conhecido em meio as mídias sociais, onde pessoas deixam de apoiar personalidade e/ou empresas por terem manifestado falas, opiniões, discursos e ações que são consideradas, por boa parte do público, incorretas, ultrapassadas e repreensíveis. Ver mais: Disponível em: < <https://www.politize.com.br/cultura-do-cancelamento/> > Acesso em: 12 de jan. de 2023

de indignação constantes, de modo que hoje ao meio dia você pode ser adorado e as dezenove horas da noite é odiado e cancelado. Han nos fala que:

As ondas de indignação são eficientes em mobilizar e compactar a atenção. Por causa de sua fluidez e volatilidade elas não são, porém, apropriadas para organizar o discurso público, a esfera pública. Elas são incontroláveis, incalculáveis, inconstantes, efêmeras e amorfas demais para tanto. Elas se inflam repentinamente e se desfazem de maneira igualmente rápida (Han, 2018, p. 11).

No mundo da internet é importante considerar a inconstância e a efemeridade das coisas, é de conhecimento do senso comum há anos o termo ‘cinco minutos de fama’, que traduz bem o que acontece na internet, onde um vídeo viraliza e uma pessoa fica famosa e logo isso passa e é a vez de outro vídeo e os cinco minutos de fama de outra pessoa. As redes sociais, a internet de modo geral, não é um espaço democrático, livre, onde as oportunidades de crescer são naturais e iguais, e sobretudo, é um espaço onde as coisas não são duradouras e estáveis. Sobre essa liberdade na internet, colocamos aqui como possibilidade de atuação, como nos diz Ruleandson do Carmo Cruz.

Nesse sentido, tal espaço de liberdade pode ser compreendido ao constatarmos que a Internet permite, gratuitamente, a participação e a publicação de diversos conteúdos que podem ser postados direta e publicamente pelo indivíduo na rede, sem depender de uma aprovação prévia, como geralmente ocorre nas demais mídias (Cruz, 2012, p. 124).

Desta forma, entendemos que há viabilidade de atuação na internet, porém, é necessário entender o alcance, que como nos mostra o autor citado, o uso e acesso à internet é desigual, não é um espaço desterritorializada e nem dá voz a todos, existe exclusões digitais e preconceitos no mundo virtual que, podemos dizer, criam hierarquias. O que está sendo colocado aqui é que existe um padrão aceitável para estar aparecendo nas redes sociais com frequência, ter seu conteúdo entregue, ser visto de maneira

positiva. O algoritmo da internet privilegia uns em detrimento dos outros, ele não é neutro. As representações sociais nos meios digitais são direcionadas a um pequeno e seletivo grupo da sociedade.

Ao buscarmos imagens em site de busca, por exemplo, ou mesmo no explorar de algumas redes sociais, podemos perceber que o padrão de resultados não só não se mostra homogêneo e neutro, como apresentam desigualdades e discriminações para com determinados grupos sociais. Trazendo representações para apenas um pequeno grupo da sociedade, que são os que geralmente estão no poder e reproduzem conteúdos que visam seus interesses. Como confirma a professora Fernanda Carrera:

Ou seja, não somente estas materialidades tecnológicas muitas vezes reproduzem dinâmicas de opressão já cristalizadas em outros ambientes sociais, como também geram e gerenciam dados que não são disponibilizados de forma transparente e democrática. Ao contrário, são inúmeros dados sobre grupos e indivíduos sob a tutela de poucas pessoas com interesses, inclusive, de exclusiva lucratividade. Nesse sentido, muitas vezes a discriminação impregnada nos dispositivos tecnológicos está servindo a uma eficiência comercial e capitalista (Carrera, 2020, p. 224).

Diante do que foi postulado percebemos que o algoritmo além de não ser imparcial, prioriza uns e se utiliza dos dados de muitas pessoas para obterem lucro próprio, assim como reproduzem opressões sociais. O que já foi evidenciado por (Cruz, 2012) ao falar sobre a separação de usuários nas redes sociais, que podem causar desigualdades sociais no virtual, “Com isso, a aparente divisão social entre usuários de sites voltados à formação de redes sociais virtuais, sugere que a Internet, também, veicula ideologias, por ser um canal de fluxo de informações – construto coletivo e social.” (Cruz, 2012, p.125).

Através da análise de bancos de imagem feita por (Carrera, 2020) podemos constatar que um dos grupos que são afetados pelo caráter desigual do algoritmo são os negros, especificamente as mulheres negras.

Percebendo que os bancos investigados reproduzem estereótipos sexistas e racistas:

Em trabalhos anteriores, foi possível perceber, por exemplo, que estes bancos reproduzem dinâmicas desiguais a respeito de profissão e renda, ao apresentarem como resultado relevante apenas mulheres para a palavra-chave secretary (secretária) e maioria absoluta de homens para a pesquisa por boss (chefe), assim como resultarem em maioria feminina e negra para pesquisas por poverty (pobreza), enquanto priorizam homens brancos para o contexto da palavra-chave wealth (riqueza). (Carrera, 2020, p. 225)

Ao nosso estudo aqui iremos aprofundar a discussão no que concerne as mulheres, especificamente, as mulheres negras, sendo que iremos fazer uma pesquisa nos bancos de imagens escolhidos por palavras relacionadas a mulher, mulher negra e beleza com o intuito de investigar como essas mulheres são representadas nesses sites e entender se há visibilidade para as mulheres negras.

OS BANCOS DE IMAGENS

Para a pesquisa foi optado por usar bancos de imagens que são apresentadas na busca como estando entre alguns dos melhores bancos de imagens gratuitos utilizados.⁴A escolha pelo uso de bancos de imagens nessa pesquisa considerou o seu poder ideológico no mercado, sendo um agente cultural construtivo de ‘desenhos subjetivos’, portanto, esses materiais influenciam diretamente na percepção subjetiva que os sujeitos

⁴ Devido ao tempo para elaboração desse trabalho, assim como o pouco conhecimento de bancos de imagens, a pesquisa que levou a escolha dos bancos de imagens a serem utilizados aqui, foram feitas numa busca por melhores sites de bancos de imagens gratuitos. Essa informação foi retirada de um blog em específico, e ao olhar alguns outros esses bancos também aparecem nos mais usados, o que contribuiu para a escolha. Disponível em: < <https://nfe.io/blog/marketing/bancos-de-imagens-gratuitos/>.> Acesso em: 17 de jan. de 2023.

tem sobre si mesmo e sobre o mundo, o que torna o conteúdo dos bancos de imagens instrumentos ideológicos capazes de forjar representações.

Ao funcionarem como mecanismos de busca on-line, estes repositórios de imagens são alternativas menos dispendiosas e mais práticas para a comunicação midiática em geral. São fonte para o mercado publicitário, para espaços digitais de conteúdo, para mensagens institucionais e até mesmo para produções jornalísticas e governamentais. Estes bancos são, portanto, fundamentais para o provimento das imagens que circulam nos espaços públicos das cidades e que invadem, também, os espaços privados das residências. São estas imagens que compõem livros, jornais e revistas, impactando os sujeitos na maioria dos seus ambientes de sociabilidade, assim como são estas as imagens que ajudam a definir os desenhos subjetivos das suas existências (Carrera, 2020, p. 218).

Por conseguinte, esses materiais, com uma ênfase maior aos gratuitos, ficam de livre acesso ao público⁵. As informações sobre o funcionamento desses sites são desconhecidas pela maioria da população, com exceção de profissionais que trabalhem nessa área (Carrera, 2020). Há um grande fluxo desses materiais circulando livremente, representando determinados grupos e invisibilizando outros. O que pretendemos dizer aqui, é que com o avanço das tecnologias, das mídias sociais e o mercado cada vez mais amplo de influenciadores, o uso de imagens por marcas, empresas e pessoas em suas redes sociais, por vezes, dificilmente será meramente ilustrativo. Logo, requer uma responsabilidade tanto dos bancos de imagens como das empresas e/ou pessoas que fazem uso delas para que não reproduzam estereótipos e marginalizem sujeitos. Em seu texto (Rodrigues; Silva, 2019, p. 5-10) nos fala casos onde o uso de fotos de bancos de imagens foi realizado de maneira displicente e enganosa para com o público. Isso por parte de empresas que estão anunciando seus

⁵ Aqui está sendo considerado, excepcionalmente os gratuitos, por se tratar de uma pesquisa exploratória e as imagens analisadas serem as disponíveis de forma gratuita, inclusive nos sites que tem opções de compra. Entretanto, é importante considerar que essas imagens estão mais propícias a serem usadas por pessoas de maneira individual e pequenas empresas do que por empresas maiores, sendo que o orçamento dessas empresas permite a liberdade de investir um valor maior em bancos de imagens. Todavia, não se sobressai a importância das representações produzidas por esses sites.

produtos, por políticos promovendo seus feitos e apoiadores em suas mídias sociais. O uso de imagens destes bancos por empresas para ilustrar situações ou pessoas em determinadas ações é comum, porém é necessário ter cautela.

O uso de banco de imagens pela publicidade não é um segredo, nem mesmo para ao público distante da práxis dessa área. Contudo, em alguns casos o uso dessas imagens massivas e repetidamente utilizadas por diferentes marcas chama a atenção por comprometer de modo muito contundente a efetividade (ou não) da narrativa na qual está inserida (Rodrigues; Silva, 2019, p. 5).

Desta forma, as imagens disponíveis nos bancos de imagens e utilizadas por pessoas e empresas tem um grande impacto no público que as consome, sendo que, essas imagens estarão ligadas a empresa/pessoa e ao produto que estará sendo divulgado. É importante considerar que as imagens geram representações, e para falar sobre este conceito consideramos o que nos fala o historiador Roger Chartier, “[...] como relação entre uma imagem presente e um objeto ausente, uma valendo pelo outro porque lhe é homóloga” (Chartier, 1991, p. 184,), assim como “esquemas intelectuais incorporados que criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro tornar-se inteligível e o espaço ser decifrado” (Chartier, 1990, p. 17).

Sendo assim, podemos considerar que os discursos de representação, também presente nas imagens, tem o poder de construir uma realidade (ou pelo menos tentar criar) para aquele que está sendo impactado por ele, formando a sua consciência sobre o meio social em que vive, e como ele se organiza. Portanto, quando um banco de imagem relaciona, como falado anteriormente, a imagem de pobreza e mulher negra, ele estabelece uma realidade para parte da população de que este grupo está intrinsecamente

ligado a pobreza. Claro que não podemos pensar que estes discursos são neutros, muito pelo contrário, eles servem a aqueles que o desenvolvem.

Os bancos de imagens utilizados nessa pesquisa foram o *Unsplash*, *Freepik* e o *Pixabay*. *Unsplash* é um site de banco de imagens que pertence a *getty images*, desde 2021, foi criado em 2013 e fica sediada em Montreal, Quebec. O site libera mais de 3 milhões de imagens gratuitas e tem uma comunidade de colaboradores de fotógrafos amadores e profissionais de 293.995 fotógrafos. O site deixa claro como qualquer pessoa pode se cadastrar e enviar imagens, passa por uma seleção, mas está aberto a quem quiser contribuir, mesmo que seja foto de celular. Assim como deixa claro que é um serviço gratuito e livre para serem baixadas para fins comerciais e não comerciais sem obrigatoriedade de dar créditos.⁶

O *Freepik* é uma empresa criada em 2010 pelos irmãos Alejandro e Pablo Blanes e um colega Joaquín Cuenca. Se intitula como um mecanismo de busca para encontrar fotos, imagens vetoriais, ilustrações e arquivos para projetos. Não é um site totalmente gratuito, tem opções premium. O site informa que as fotos são criadas pela própria empresa. Porém, tem espaço para contribuintes venderem fotos e designer.⁷ O *pixabay* foi criada em 2010 na Alemanha por Hans Braxmeier e Simon Steinberger. É um banco de imagens gratuitas, o uso das imagens é permitido dentro de algumas restrições. Em 2019 a empresa se juntou a plataforma *Canva*.⁸

A REPRESENTAÇÃO DE MULHERES PRETAS

Na sociedade, atualmente, existe um padrão de beleza cada vez mais difícil de ser alcançado, mas mesmo com essa ciência há uma constata-

⁶ Disponível em: < <https://unsplash.com/pt-br/quem-somos> > Acesso em: 18 de jan. de 2023.

⁷ Disponível em: < <https://www.freepikcompany.com/freepik> > Acesso em: 10 de jan. de 2023.

⁸ Disponível em: < <https://pixabay.com/pt/service/about/> > Acesso em: 18 de jan. de 2023.

tentativa de se encaixar. Uma grande cobrança social recai sobre as mulheres, que devem estar sempre arrumadas, perfumadas, corpo delineado de acordo com os padrões estéticos estabelecidos socialmente. É sabido que as mulheres são historicamente colocadas como inferiores e seus corpos objetificados e sexualizados.

A filósofa Silvia Federici fala sobre a ascensão do capitalismo e a degradação das mulheres, mostrando como a transição do feudalismo para o capitalismo se desenvolveu de maneira que viola todas as liberdades, poderes e saberes primitivos das mulheres. Logo, para se entender todo o processo de desigualdade das relações sociais entre as mulheres e os homens é preciso entender que é uma questão anterior ao capitalismo.

O fato de que as relações de poder desiguais entre mulheres e homens existiam mesmo antes do advento do capitalismo, assim como uma divisão sexual do trabalho discriminatória, não foge a esta avaliação. Isso porque, na Europa pré-capitalista, a subordinação das mulheres aos homens esteve atenuada pelo fato de que elas tinham acesso às terras e a outros bens comuns, enquanto no novo regime capitalista as próprias mulheres se tornaram bens comuns, dado que seu trabalho foi definido como recurso natural que estava fora da esfera das relações de mercado (Federici, 2017, p. 192).

Esse caso se tornar ainda mais devastador quando atravessado pelo fator raça, o corpo das mulheres negras passa por um processo histórico de invisibilidade e estigmatização.

Se nesse sistema a mulher branca carece de completitude diante do homem Universal assim constituído, nesse esquema, a mulher negra não se equipara apesar e talvez por isso mesmo, das sucessivas cargas e marcadores que atravessam o corpo do trabalho, ao homem. É delicado pensar na mulher negra enquanto gênero. Pois o gênero em trânsito compõe corpos que aparece e desaparecem continuamente. Esse processo de desaparecimento e aparecimento já identificado em certa medida nas relações de trabalho, cada vez mais se deixam notar nas relações intersubjetivas (Nunes, 2019, p. 204).

Desta forma, o corpo da mulher negra estaria em um lugar aparte no sistema, sendo que não se encaixa nos padrões estabelecidos para as mulheres brancas e nem podem ser comparadas aos homens negros. Esse processo que invisibiliza e estereotipa as mulheres negras é estrutural. Caracteriza-se por ser um modelo construído e disseminado com intenções de manter um padrão de controle, “o racismo institucional é o que assegura por meio da exploração simbólica e material dos negros a ordem social vigente” (Nunes, 2019, p. 205). Samarone Nunes, sobre as questões que distanciam as mulheres negras das brancas ainda diz.

Na colonialidade o corpo negro feminino foi pensado para o trabalho. O corpo feminino branco, para o repouso. Enquanto um repousa, o outro trabalha. Quando o corpo feminino se organiza para reivindicar o lugar do trabalho, fazia tempo que o corpo negro trabalhava. Deve-se frisar que o “trabalho” reivindicado pelo corpo branco feminino não é de mesma “qualidade” reservado aos corpos negros. É ordinariamente trabalho intelectual e de mando (Nunes, 2019, p. 205).

Existe os lugares que foram reservados para cada agente social ao longo de anos de estruturação do país, e esses modelos são veiculados através de instituições sociais como as igrejas, escolas, o Estado, assim como meio de comunicação em massa, de modo que essas ideias se tornem a norma e estructurem a sociedade e mantenham a ordem. O corpo da mulher negra, dentro dessas premissas, nunca será visto como o belo, pois, o modelo estético que existe não a permite. São violências físicas e/ou simbólicas que destroem a autoestima da mulher negra e a faz odiar o seu cabelo cacheado/crespo, seus lábios grossos, seu nariz largo, o delinear de seus corpos, esse movimento é cíclico e vai se perpetuando. O corpo negro tem poucos modelos de representação na sociedade, devido a essa lógica social vigente que se utiliza de modelos eurocêntricos e coloniais para

compulsoriamente apagar o corpo negro ao mesmo tempo que o objetificam e o estigmatizam como feio e inadequado

Gabriela de Oliveira⁹, também conhecida como Gabi De Pretas, devido ao início de sua carreira como digital influencer ter se dado através de seu canal no YouTube “De Pretas por Gabi de Oliveira”¹⁰, em uma entrevista para o site da UOL¹¹, fala sobre como seu canal surgiu por diversos motivos, porém um que lhe impulsionou bastante foi ter tido leituras acadêmicas negras e ter feito uma pesquisa sobre a estética negra e as redes e perceber a lacuna que existia em produção de conteúdo no que concerne mulheres negras de pele retinta e cabelo crespo. Essa é uma realidade que insere as mulheres negras, mas claramente afeta ainda mais as mulheres negras de pele mais escura, aqui colocamos isso como uma das nuances do racismo, o colorismo¹².

Deste modo, conseguimos perceber como a representação de mulheres negras na internet, principalmente retintas, ainda é uma questão a ser discutida e revista. Portanto, é necessário que essas mulheres se vejam representadas de forma positiva, sendo visibilizadas. O que podemos constatar que não acontece, pelo contrário, o algoritmo das plataformas

⁹ Notas de descrição sobre Gabriela de Oliveira retiradas do seu canal no youtube: “Gabi Oliveira é comunicadora social e criadora de conteúdo para internet, atualmente reúne um público de seguidores virtuais em suas redes de aproximadamente 1 milhão de pessoas, sendo um dos canais participantes do programa Creators For Change, da Google. É também parceira-colaboradora da Avaaz na luta contra a desinformação no Brasil e colaboradora de uma das campanhas da ONU Brasil. Ela já palestrou no Brazil Conference na Universidade de Harvard, pontuando a importância do ativismo digital. Além disso, sua palestra no TEDx intitulada “Um novo olhar sobre a pessoa negra; novas narrativas importam” já conta com mais de 200 mil visualizações na plataforma Youtube” Disponível em: < <https://www.youtube.com/@GabiDePretas/about> > Acesso em: 16 de jan. de 2023

¹⁰Disponível em:< <https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/gabi-de-pretas-faz-conteudo-para-humanizar-mulheres-negras-na-internet/#page4> > Acesso em: 12 de jan. de 2023

¹¹ Disponível em: < <https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/gabi-de-pretas-faz-conteudo-para-humanizar-mulheres-negras-na-internet/#page4> > Acesso em: 16 de jan. de 2023

¹² Aqui não traremos uma discussão ampla sobre o assunto, porém, é preciso frisar do que se trata. O termo colorismo foi usado pela primeira vez pela escritora Alice Walker no ensaio “If the Present Looks Like the Past, What Does the Future Look Like?”, que foi publicado no livro “In Search of Our Mothers’ Garden” em 1982. O termo sugere que quanto mais pigmentada uma pessoa, mais exclusão e discriminação irá sofrer, ou seja, as pessoas negras de pele retinta estariam sujeitas a uma discriminação maior do que as negras de pele clara.

digitais acabam por reforçar as opressões e marginalizações sociais que passam essas mulheres.

Assim, pode-se questionar não somente os processos invisíveis de atribuição de relevância quanto os modos de etiquetagem (ou tagueamento), que se iniciam com os profissionais independentes, mas são validados e atestados pelos bancos, em um processo de intenso fortalecimento das opressões de gênero e raça na contemporaneidade. Mulheres negras, então, veem, nesses espaços, a consolidação das suas marginalizações impressas em soluções imagéticas, revivendo, a cada busca, os limites da sua subjetividade propostos pelo discurso colonial das tecnologias digitais (Carrera, 2021, p. 11).

A vista disso, as mulheres negras estão sempre enxergando uma lacuna, um espaço onde não as parece possível de ser ocupado. Compactuando com o que foi postulado pela autora entendemos que “a dinâmica algorítmica contemporânea como envolta em princípios de colonialidade” (Carrera, 2021, p. 8) e isso é fruto de uma situação histórica onde uma pequena camada da sociedade, formada por brancos, comumente, homens, detém os cargos de poder, e relegam os demais.

A REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NEGRAS NOS BANCOS DE IMAGENS

Sendo uma pesquisa inicial, exploratória, como também considerando o tempo disponível para ser realizada, atenta-se aqui as imagens que aparecem apenas na primeira página de cada site. As legendas das fotos não serão analisadas aqui, apenas as imagens, essas ficaram para um próximo trabalho. Pesquisaremos no banco de dados as seguintes palavras-chave ‘mulher negra’ e ‘mulher’, e por última ‘beleza feminina’. Intentando observar a maneira como as mulheres negras são representadas ao buscar por ‘mulher negra’, assim como considerando a quantidade de vezes

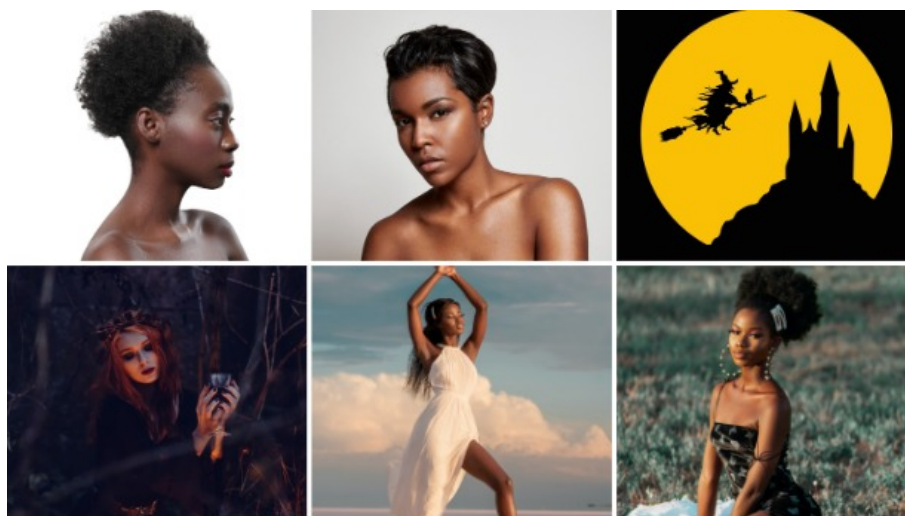
que essas mulheres negras aparecem ao buscar por “mulher” e se estão associadas a beleza ao pesquisar ‘beleza feminina’.

A primeira palavra-chave colocada na guia de busca dos sites foi ‘mulher negra’, na *Pixabay* apareceram 99 fotos, dentre as quais 21 não conseguimos ver a imagem, sendo que apareceu um filtro de conteúdo adulto. Na *Freepik* apareceram 50 imagens, dentre elas tinham 12 que não estavam disponíveis para serem baixadas de forma gratuita. Já na *Unsplash* apareceram 20 fotos na página e mais 8 para quem quer adquirir a opção premium. No site de imagens *Pixabay*, dentre os três, foi o apareceu a maior quantidade de imagens ao pesquisar por mulheres negras, porém as fotos não representavam mulheres negras na íntegra, sendo que muitas das imagens eram de mulheres brancas com fundo preto, mulheres brancas com pintura corporal preta, assim como mulheres em rituais de magia e um desenho de uma bruxa voando em uma vassoura. Na *Freepik* todas as imagens que apareceram eram de mulheres negras e/ou algo relacionado, como alguns logos do dia Nacional da Consciência Negra. Há um predomínio de mulheres representadas de forma séria e sem roupas, pelo menos sem a parte de cima, pelo que podemos observar da imagem. Tem um número limitado de fotos gratuitas que podem ser baixadas por dia, 10 fotos ao todo.

Na *Unsplash* onde se encontra o número menor de fotos, isso na primeira página, gratuitas e disponíveis a serem baixadas, aparece uma mulher negra mais velha, o que não acontece em nenhum outro, todas são jovens e dentro do padrão de corpo magro. Há também mulheres negras de pele retinta, muitas mulheres fazendo poses sensuais. Outro diferencial do banco de imagens *Unsplash* é que ao baixar as imagens o site atualiza e vai aparecendo outras imagens, o que não aconteceu com os demais, dentro das atualizações apareceram muitas sugestões de mulheres brancas, mesmo que

tenhamos feito a pesquisa por mulheres negras. Inicialmente foi considerado a possibilidade de serem sugestões de trabalhos dos mesmos fotógrafos dos quais os trabalhos foram baixados, porém nenhuma das fotos de mulheres brancas pertenciam ao mesmo fotógrafo das fotos já baixadas.

Figura 1- Mulheres negras.

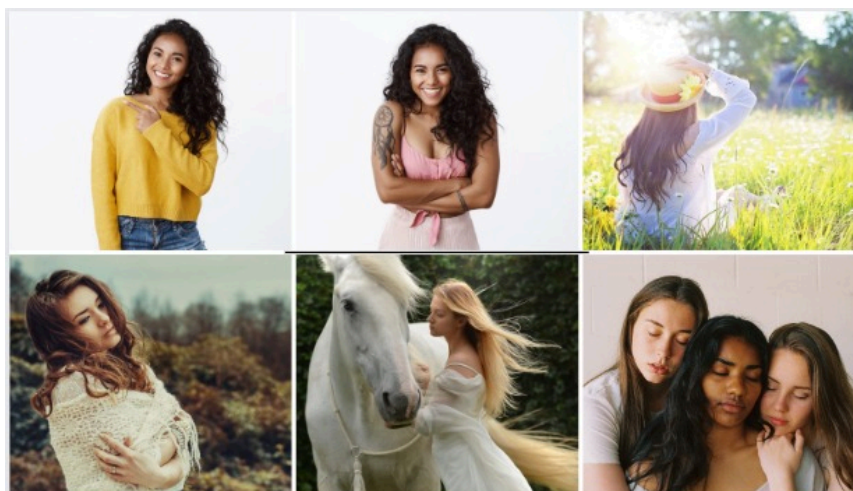


Fonte: Freepik, Unsplash e Pixabay.

Nesse sentido, encontramos um resultado que se assemelha ao trabalho desenvolvido pela professora, já citada, Fernanda Carrera, onde constata a hipersexualização do corpo negro em imagens de bancos de imagens, assim como uma relação entre mulheres negras e agressividade, isso com o uso de palavras de controle como Sapphire e Jezebel. (Carrera, 2021) Isto posto, percebemos que é um comportamento que se repete, pois, as imagens de mulheres negras encontradas retratam sensualidade, nudez em algumas, além de estarem, na grande maioria, fazendo uma pose séria, olhar direto e impositivo, que sugere agressividade ao compararmos com as imagens de mulheres brancas adiante, onde enxergamos tons claros, leveza e sorrisos.

Ao pesquisar por ‘mulher’ na barra de busca do site da *Unsplash* apareceram 21 imagens, dentro dessas apenas 2 continuam uma mulher negra e mesmo assim elas não estavam sozinhas, mas sim acompanhadas de outras mulheres brancas. Na *pixabay* apareceram 100 imagens com a busca pela palavra-chave ‘mulher’, dentre essas 11 tinham filtro de conteúdo adulto. Dentre essas 100 imagens apenas 3 contém mulheres negras. Na *Freepik* apareceram 50 imagens, sendo que dentre elas se repete o padrão e 12 estão disponíveis apenas para quem irá pagar. Em meio as imagens 7 são de mulheres negras, todas de pele clara.

Figura 2 - Mulheres.



Fonte: Freepik, Unsplash e Pixabay.

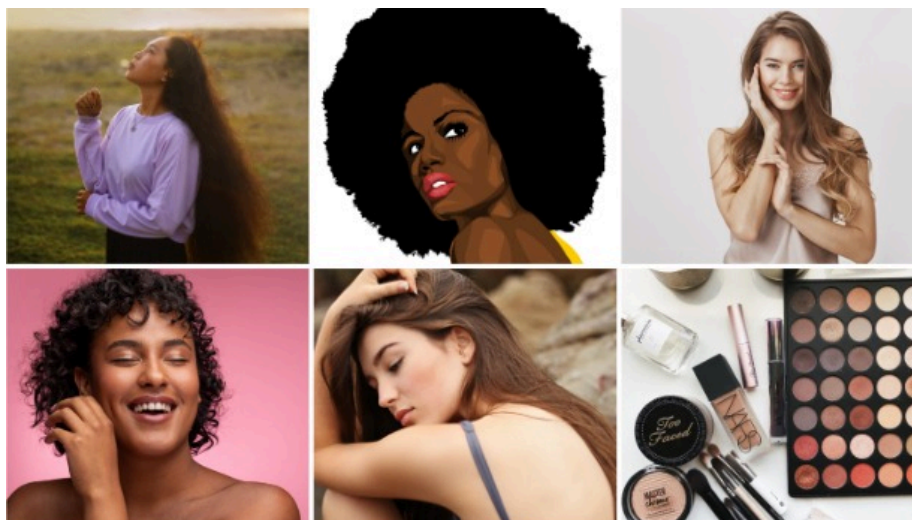
O apagamento de mulheres negras quando se pesquisa a categoria ‘mulher’ se entrelaça com o que já é colocado para as mulheres negras, que elas não se encaixam no termo de mulheres socialmente construído, sendo que as mulheres são colocadas como sinônimo de fragilidade, delicadeza e beleza, e ao analisarmos a forma como as mulheres negras são apresentadas na imagens não há nenhum direcionamento dessas características, ao contrário das fotos de mulheres brancas que tem fundos claros, sempre com roupas claras e aspectos de delicadeza, sorrindo em suas poses. Sueli

Carneiro ao falar das mulheres negras no que tange gênero já nos explicita esses pontos.

Quando falamos do mito da fragilidade feminina, que justificou historicamente a proteção paternalista dos homens sobre as mulheres, de que mulheres estamos falando? Nós, mulheres negras, fazemos parte de um contingente de mulheres, provavelmente majoritário, que nunca reconheceram em si mesmas esse mito, porque nunca fomos tratadas como frágeis. Fazemos parte de um contingente de mulheres que trabalharam durante séculos como escravas nas lavouras ou nas ruas, como vendedoras, quituteiras, prostitutas... Mulheres que não entenderam nada quando as feministas disseram que as mulheres deveriam ganhar as ruas e trabalhar! Fazemos parte de um contingente de mulheres com identidade de objeto. Ontem, a serviço de frágeis sinhozinhos e de senhores de engenho tarados (Carneiro, 2003, p. 50).

Para concluir as buscas nos bancos de imagens foi pesquisado pela palavra 'beleza feminina' e o resultado é quase que unânime, das 99 imagens que apareceram com a pesquisa na *Pixabay* apenas 2 representam mulheres negras, sendo um desenho de uma moça com um black power e outro de uma moça negra de pele clara contemplando o ambiente. Na *Unsplash* aparecem 20 imagens e todos os resultados são de mulheres brancas e produtos ligados a estética, perfumes, maquiagens. Na *Frepik* aparecem 50 imagens com a busca dentre os quais 2 são de mulheres negras.

Figura 3 - Beleza feminina.



Fonte: Freepik, Unsplash e Pixabay.

O que ficou claro com a busca por ‘beleza feminina’ é que as mulheres negras não estão inclusas, em sua maioria, ao se considerar beleza feminina, o que demonstra a reprodução de estereótipos de que a mulher negra não é bonita. Reforçando que as mulheres negras não tem beleza, sendo seus traços diferentes dos pertencentes as mulheres brancas “As mulheres negras fazem parte de um contingente de mulheres que não são rainhas de nada, que são retratadas como antimusas da sociedade brasileira, porque o modelo estético de mulher é a mulher branca.” (CARNEIRO, 2003, p. 50)

Destacamos como esses resultados são prejudiciais, pois, as fotos desses bancos de imagens são materiais amplamente distribuídos e estão construindo representações que validam um discurso estereotipado sobre sujeitos que já são socialmente estigmatizados. Considerando que as representações são capazes de contribuir para a compreensão que o indivíduo tem de si, assim como do mundo social em que vive, classificando os sujeitos com quem coexiste (PESAVENTO, 2004, p. 39), o provimento constante de imagens que representam as mulheres negras de maneira que reforcem um pensamento colonial é fazer com que esses sujeitos se vejam em um loop de agressões implícitas e simbólicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise comprova o que já estava sendo discutido com os aportes teóricos, os algoritmos consideram uma lógica onde o corpo branco é o padrão. Dessa forma, a grande maioria das imagens eram referentes a mulheres brancas, inclusive quando se pesquisou por ‘mulher negra’ ainda apareceram mulheres brancas nos resultados ou em sugestões de imagens. Contudo, vale salientar que a pesquisa tinha o intuito de entender como

estavam sendo representadas as mulheres negras nesses bancos. Sendo assim, a quantificação de imagens era importante, pois, expõe o caráter de marginalização que esses bancos tem para com grupos que historicamente já são marginalizados. Porém, o que concluímos com base na pesquisa é que as mulheres negras além de serem representadas em minoria em comparação com as brancas, quando falamos sobre a categoria mulheres, seus corpos são representados de maneira sexualizada e objetificada, bem como ligados a agressividade.

Desta forma, podemos ver como a mulher negra é representada, não de forma que a evidencie e crie protagonismo, mas sim em silenciando-as e validando estigmas que as perseguem em suas realidades sociais historicamente. Logo, suas características são esquecidas, estereotipadas e sexualizadas. O silenciamento é uma das práticas de violência dentro da representação, onde retirando esse público da visão social, faz entender que ele não existe, e os estereótipos reforçados os relegam a uma visão subalterna da sociedade. A construção dessa imagem, ou melhor, desse esquecimento não é por acaso, mas sim, para servir na manutenção da visão colonial, onde o branco é o bonito, o aceito, e o negro o relegado, mantido nas senzalas da história, na violência sexual cometida pelos senhores de engenho com as escravas, enquanto é empregado um discurso de democracia racial e igualdade.

Reconhecemos a necessidade de um amadurecimento maior dessa pesquisa, com mais fôlego, considerando outros aspectos dos bancos de imagens, como as legendas das imagens, possivelmente, observando os números relativos a downloads, etc.

REFERÊNCIAS

CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. **Racismos contemporâneos**. Rio de Janeiro: Takano Editora, v.49, p.49-58, 2003.

CARRERA, Fernanda. A raça e o gênero da estética e dos afetos: algoritmização do racismo e do sexismo em bancos contemporâneos de imagem digitais. **MATRIZES**, São Paulo, v. 14, n.2, p. 217-240, maio/ago. 2020.

CARRERA, Fernanda. Algoritmização de estereótipos raciais em bancos de imagem: a persistência dos padrões coloniais Jezebel, Mammy e Sapphire para mulheres negras. **Palavra chave**, v.24, n.3, e2433. DOI: <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.3.3>.

CHARTIER, Roger. **O mundo como representação**. Estudos Avançados. [online] 1991, vol.5, n.11, pp. 173-1991.

CHARTIER, Roger. **A História cultural**: entre práticas e representações. Lisboa: Difel, 1990.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. Preconceito social na internet: a reprodução de preconceitos e desigualdades sociais a partir da análise de sites de redes sociais. **Perspectivas em ciência da informação**, Novo Hamburgo/RS, v.17, n.3, p. 121-136, jul./ set. 2012.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa**: mulheres, corpo e acumulação primitiva. Trad. Coletivo Sycorax, São Paulo: Elefante, 2017.

HAN, Byung-Chul. **No Enxame**: Perspectivas do digital/ Byung-Chul Han; tradução de Lucas Machado. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

NODARI, Cristine Hermann; SALVAGNI, Julice; STEIN, Marluci. Disseminação do ódio nas mídias sociais: análise de atuação do social media. **INTERAÇÕES**, Campo Grande/MS, v.19, n.1, p. 43-59, jan./mar. 2018.

NUNES, Samarone. Gênero e corpo em devir: prospecção decolonial a partir do feminismo negro brasileiro. **Revista humanidades e inovação**, Palmas, TO, v.6, n. 16, out./nov. 2019, p. 201-211.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. – 2. ed. – Belo Horizonte: Autêntica. 2004.

RODRIGUES, Daniele Cristine; SILVA, Tarcízio Roberto da. Bancos de imagens em conteúdo nas mídias sociais: entre (in)visibilidade e autenticidade. In: XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. 13., 2019, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo: Researchgate, 2019. p. 1-15. Disponível em: < [https://www.researchgate.net/publication/332079649 Bancos de imagens em conteudo nas midias sociais entre invisibilidade e autenticidade](https://www.researchgate.net/publication/332079649_Bancos_de_imagens_em_conteudo_nas_midias_sociais_entre_invisibilidade_e_autenticidade) > Acesso em: 18 de jan. de 2023.

O ALGORITMO DOS BANCOS DE IMAGENS E A REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NEGRAS

RESUMO:

Este trabalho pretende trazer reflexões sobre o uso de fotos de bancos de imagens como representações sociais, especificamente de mulheres negras. Estes bancos são utilizados por muitos indivíduos e empresas como uma forma de representar seus produtos, ideais e/ou feitos.

Logo, são materiais amplamente distribuídos, carregados de ideologias. Desta forma, compreender de que como são representadas as mulheres negras nos bancos de imagens nos permite entender quais são os discursos reproduzidos sobre esses sujeitos.

PALAVRAS-CHAVE: Mulheres. Mulher negra. Bancos de imagem. Representação.

THE ALGORITHM OF IMAGE BANKS AND THE REPRESENTATION OF BLACK WOMEN

ABSTRACT:

This work aims to bring reflections on the use of stock images as social representations, specifically of black women. These image banks are utilized by many individuals and companies as a way to represent their products, ideals, and/or achievements. Therefore, they are widely distributed materials, laden with ideologies. Thus, understanding how black women are represented in image banks allows us to grasp the discourses reproduced about these subjects.

KEYWORDS: Women. Black women. Image banks. Representation.