

RESUMO APRESENTAÇÃO ORAL PADRÃO - CENTRO DE FILOSOFIA E  
CIÊNCIAS HUMANAS (CFCH)/COMUNICAÇÃO

**RACISMO ALGORÍTMICO E SAÚDE MENTAL: UMA PERSPECTIVA DE  
“OUTSIDER WITHIN” PARA ENTENDER COMO A REDE DE CONEXÕES  
GERIDA PELO RACISMO CONSTRÓI E ADOECE A SUBJETIVIDADE  
NEGRA**

*Maíza Kister Soares (maizakistersoares@gmail.com)*

A sociedade e a tecnologia estão correlacionadas, o que significa que ao mesmo tempo que o social constrói a técnica, a técnica constrói a subjetividade desse social, é uma relação em rede com vários atuantes. Desse modo, os bancos de imagens utilizados pelo mercado publicitário, são importantes para a construção do imaginário social, porém, assim como em outras estruturas da sociedade, eles são permeados pelo racismo.

O lugar de “outsider within” (em uma tradução livre “estrangeira de dentro”), termo criado por Patricia Hill Collins (2016), funciona como um recurso teórico para o estudo da construção da subjetividade negra a partir do ponto de vista de mulheres negras em espaços de produção de conhecimento que estão dentro dessa rede, porém com uma visão singular por não estarem sistematicamente incluídas nela. Fernanda Carrera (2016), uma “outsider within”, aponta que o conteúdo presente nos bancos de imagens faz parte de um processo de hiper-ritualização, mostrando através de dados numéricos que eles funcionam a partir de uma lógica mercadológica, o que gera uma rede retroalimentada que estigmatiza parte dos consumidores finais. Segundo Latour (2015) há uma força maior entre sociedade e tecnologia que “faz fazer”,

ou seja, faz com que ocorra esse processo de discriminação algorítmica, pois os conteúdos digitais constroem e são construídos pela percepção humana. O autor traz então, pela teoria ator-rede, a interação entre sociedade, tecnologia e construção de subjetividade.

Uma vez que os bancos de imagens são importantes fontes de recursos no campo publicitário, comercial, jornalístico e governamental e fornecem imagens enviesadas por um padrão excludente, questiona-se a partir da análise crítica dos estudos apresentados e dos resultados da pesquisa do LIDD - Laboratório de Identidades Digitais e Diversidade, ao qual este trabalho está vinculado: como a hiper-ritualização gerada através do racismo algorítmico constrói a subjetividade e, conseqüentemente, afeta a saúde mental dos consumidores negros? onde, nessa rede, atua o consumidor negro?

No presente trabalho, serão utilizadas como metodologias uma pesquisa quantitativa com as palavras “casais, família, mulher, delicadeza e beleza” nos principais bancos pagos de imagens digitais (Getty Images<sup>6</sup>, Stock Photos<sup>7</sup> e Shutterstock<sup>8</sup>), e uma pesquisa bibliográfica acerca de racismo algorítmico, utilizando a perspectiva de “outsider within”, buscando entender a construção da subjetividade negra a partir da teoria “ator-rede”.

O resultado parcial das produções analisadas, aponta que a perspectiva única de uma “outsider within” permite a compreensão de que o material presente nos bancos de imagens constrói as subjetividades dos consumidores negros de maneira que a visão limitadora sobre eles pode ser prejudicial à saúde mental. Além de mostrar que tais consumidores atuam na rede ‘racismo algorítmico - mercado publicitário - construção de subjetividade’ em um lugar diferente dos consumidores não estereotipados.

#### REFERÊNCIAS:

COLLINS, P. H. Aprendendo com a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro. *Sociedade e Estado*, 2016, vol. 31, p. 99-127.

CARRERA, F. Algoritmos racistas: a hiper-ritualização da solidão da mulher em bancos de imagens digitais. *Galáxia* (São Paulo), 2020, n.43.

LATOUR, B. Faturas/Fraturas: da noção de rede à noção de vínculo. *Rifiotis Theophilos* (Trad.). *Ilha, Revista de Antropologia*, 2015, v. 17, n. 2, p. 123-146.