



ATRAVÉS DO OLHAR DA REPRESENTAÇÃO: A ESTEREOTIPAGEM COMO PRÁTICA DE PRODUÇÃO DE SIGNIFICADOS SOBRE O GÊNERO FEMININO NOS MECANISMOS DE BUSCA DO GOOGLE¹

Diélen CARON, UEM, pg404745@uem.br
Josiane Silva de OLIVEIRA, UEM, josiane.uem@gmail.com
Zuleika de Paula BUENO, UEM, zpbueno@uem.br

Referência:

CARON, Diélen; OLIVEIRA, Josiane Silva de; BUENO, Zuleika de Paula. Através do olhar da representação: a estereotipagem como prática de produção de significados sobre o gênero feminino nos mecanismos de busca do Google. In: SIMPPA - SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. 4., 2024, Maringá. **Anais eletrônico...** Maringá: PPA, 2024. p. 16-32. Disponível em: <https://ppa.uem.br/iv-simppa-2024x/anais>. Acesso em: 25 nov. 2024.

RESUMO

O presente estudo objetiva compreender a produção de significados sobre o conceito de “mulher” por meio da estereotipagem, a partir de ferramentas da inteligência artificial (IA), tendo como lócus de análise os mecanismos de busca do Google. Sob a ótica dos estudos culturais, relacionando-se com os estudos organizacionais, busca-se discutir o Google como plataforma mediada por algoritmos da IA, que (re)produz significados acerca do gênero feminino, influenciado por um viés que potencializa assimetrias de poder e discriminações sobre esse grupo social. Como resultados da pesquisa, percebe-se um ciclo de propagação de viés entre sociedade, IA e usuários, no qual a “mulher” é significada a partir dos estereótipos sociais socialmente compartilhados, ligados a padrões de comportamento, aparência, papel social e vulnerabilidade historicamente construídos. Com isso, é possível compreender que o processo de plataformização das organizações tende a reprodução de estereotipagem produzidas socialmente, o que evidencia que o critério objetivo que é esperado destas plataformas organizacionais pode ser questionado.

Palavras chave: Estereotipagem. Inteligência artificial. Viés algorítmico. Desigualdade digital. Gênero.

¹ Este artigo é beneficiário de auxílio financeiro da CAPES.

ABSTRACT

The present study aims to understand the production of meanings about the concept of “woman” through stereotyping, using artificial intelligence (AI) tools, using Google search engines as the locus of analysis. From the perspective of cultural studies, relating to organizational studies, we seek to discuss Google as a platform mediated by AI algorithms, which (re)produces meanings about the female gender, influenced by a bias that enhances asymmetries of power and discrimination against this social group. As research results, we can see a cycle of propagation of bias between society, AI and users, in which “woman” is signified based on socially shared social stereotypes, linked to patterns of behavior, appearance, social role and vulnerability historically. built. With this, it is possible to understand that the process of platforming organizations tends to reproduce socially produced stereotyping, which shows that the objective criteria expected from these organizational platforms can be questioned.

Keywords: Stereotyping. Artificial intelligence. Algorithmic bias. Digital inequality. Gender.

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa propõe uma articulação entre estudos culturais e os estudos organizacionais. Discute-se a digitalização e os algoritmos da inteligência artificial (IA), gerenciados por organizações do ramo da tecnologia, como ferramentas dotadas de vieses que possibilitam a ampliação de desigualdades, exclusão e discriminação de determinados grupos sociais, como as mulheres. Busca-se direcionar um olhar sobre essas assimetrias de poder sob a ótica dos estudos culturais, tendo como referência a estereotipagem como prática de representação e produção de significados, discutida pelo sociólogo e teórico cultural Stuart Hall, tomando como modelo metodológico “O espetáculo do outro”, apresentado em sua obra “Cultura e representação” (HALL, 2016).

A obra de Hall (2016) se estrutura em dois grandes capítulos, sendo o primeiro centrado na discussão e conceituação da representação, abordando a questão da prática da representação, assim como a linguagem é atrelada ao processo representativo e cultural. O segundo capítulo se volta à exemplificação do conceito de representação na cultura, mais precisamente conforme o conceito de “raça”, como ele foi abordado no passado e como essa configuração está presente na atualidade. Esse capítulo contextualiza teorias da diferença e do estereótipo, traz uma seleção de imagens, compondo uma sequência histórica e discutindo a estereotipagem como prática de representação que produz significados sobre o corpo negro.

Adotando estratégia semelhante a este segundo capítulo da obra de Hall, esse estudo busca compreender a construção de significados sobre o conceito de “mulher” a partir do viés dos algoritmos da inteligência artificial, a partir de uma busca do termo no Google. Busca-se compreender como ocorre a representação e como a linguagem opera na construção de significados sobre o gênero feminino por meio da estereotipagem. Optou-se pelo Google como locus de análise por ser uma das principais ferramentas de busca mundialmente utilizadas para pesquisas. Nesse sentido, compreende-se essa plataforma como grande potencial de influência no pensamento compartilhado socialmente.

De modo geral, os humanos são capazes de analisar dados, encontrar padrões ou tendências neles, de fazer análises mais apuradas a partir daí e, então, utilizar as conclusões para tomada de decisões. De certo modo, a IA segue esse mesmo princípio. Na configuração atual, os sistemas que utilizam alguns tipos de IA não apenas obedecem a algoritmos e sequências

lógicas programáveis, como também aprendem. O campo da IA é enorme, e nele existe o subcampo da *Machine Learning* (ML), também chamado de aprendizado de máquina que faz com que os sistemas que a utilizam não apenas obedecem aos comandos programados, mas também aprendam com uma grande base de dados, reconheçam padrões e tomem decisões com o mínimo de intervenção humana. Ou seja, o desempenho melhora com a experiência e com o *data set* (conjunto de dados) que vai sendo construído com o tempo.

Contudo, dependendo da base de dados que a IA tem acesso e como é alimentada ela pode aprender de uma forma equivocada, distorcida da realidade da sociedade atual, aprendendo com bases de dados tendenciosas, priorizando certos grupos sociais e, portanto, reproduzindo preconceitos existentes no mundo. Algoritmos enviesados representam riscos de discriminação para seus usuários, que podem produzir e/ou amplificar situações de racismo, sexismo ou mesmo violações de direitos do consumidor.

É de conhecimento geral que o viés algorítmico de gênero pode se manifestar em várias aplicações de IA e, não apenas, nas IAs generativas, como já ocorreu com vários sistemas de avaliação de crédito, reconhecimento facial e recrutamento. Por exemplo, em um dos casos mais famosos de discriminação algorítmica contra mulheres, foi observado que o sistema de recrutamento da Amazon dava preferência aos currículos de homens em detrimento dos currículos de mulheres. O sistema "aprendeu" com base em bancos de dados formados por uma maioria masculina que os candidatos homens eram preferíveis e, por isso, reproduziu esse padrão decisório no momento de filtrar os currículos (FORBES, 2018). Há uma preocupação crescente de que os algoritmos usados pelos modernos sistemas de IA produzam resultados discriminatórios, presumivelmente porque são treinados em dados nos quais os preconceitos sociais estão incorporados.

Nesse sentido, problematizar a ética das tecnologias digitais, desvelando suas predisposições de (re)produzir privilégios e os seus compromissos de manutenção de lógicas hegemônicas, e assimetrias de poder torna-se uma agenda necessária, e contribui para a discussão da discriminação por gênero, raça, entre outras importantes questões denunciadas nas relações sociais.

Na busca por contribuir para pesquisas sobre os vieses das IA, e seu potencial de discriminação, esta pesquisa tem como objetivo compreender a produção de significados sobre o conceito de "mulher" por meio da estereotipagem, a partir de ferramentas da inteligência artificial (IA), tendo como locus de análise os mecanismos de busca do Google. Busca-se aplicar um olhar a essas práticas sob a ótica cultural, analisando-os por meio de uma perspectiva decolonial. Admite-se a noção de Hall (2016) de que o estereótipo pode ser contestado por uma estratégia de "ver através do olhar da representação".

Para isso, o estudo está dividido em cinco partes, além desta seção introdutória, busca-se problematizar a estereotipagem, como referência teórica e metodológica; discutir acerca das ferramentas de busca da inteligência artificial - especificamente voltadas para *machine learning/ deep learning*-, seguida da apresentação e discussão dos resultados das buscas no Google, precedida das considerações finais.

2 ESTEREOTIPAGEM E PRODUÇÃO DE SIGNIFICADOS: REPRESENTAÇÃO, DIFERENÇA E PODER

O desenvolvimento deste artigo parte das bases teórico-metodológicas dos Estudos Culturais e foi escolhido a estereotipagem de Hall (2016) como protocolo analítico, integrado à discussão sobre o gênero feminino pelos algoritmos de IA utilizados pelo Google.

A obra de Hall (2016) sustenta a ideia primordial de que “a representação pela linguagem é essencial aos processos pelos quais os significados são produzidos” (p.18). A obra divide-se em duas partes, a primeira nomeada “O Papel da Representação”, abordando a questão da prática da representação, assim como a linguagem é atrelada ao processo representativo e cultural. Hall pontua a importância dos códigos compartilhados e os mapas conceituais comuns, conforme ele mesmo enfatiza, “[...] somos nós quem fixamos o sentido tão firmemente que, depois de um tempo, ele parece natural e inevitável” (p.41). Hall dialoga com trabalhos de Saussure, Barthes e Foucault, com observações sobre a semiótica, o discurso e a questão do sujeito.

Segundo Hall (2016), a representação trata do processo pelo qual membros de uma cultura usam a linguagem para produzir sentido. Sentidos, conseqüentemente, sempre mudarão, de uma cultura para outra ou de um período para outro. Desta forma, representação pode ser entendida como a aceitação de um grau de relativismo cultural entre uma e outra cultura, certa falta de equivalência e a necessidade de tradução quando nos movemos de um universo conceitual de uma cultura para outra (p.108).

No segundo capítulo de sua obra, O espetáculo do “outro”, Hall (2016) mantém o tema central ao continuar explorando a questão da representação como conceito e prática. O autor dá enfoque às práticas representacionais denominadas “estereotipagem” e recorre a exemplos retirados da mídia de massa e da cultura popular, utilizando a imagem de pessoas pretas como centro da abordagem e da diferença racial. Questiona qual é o fascínio secreto da alteridade e por que a representação popular é tão atraída por ela. Com recortes de diversas matérias jornalísticas, Hall (2016) traz para discussão a representação da imagem do negro, o significado, muitas vezes ambíguo, mostrando que o mesmo “flutua”, e que não há como mantê-lo fixo.

Em umas das atividades propostas na obra (p. 149) há a imagem da atleta norte-americana Florence Griffith-Joyner, com outras velocistas e o questionamento se o leitor consegue “ler” a foto sem obter “mensagens” sobre raça, gênero e sexualidade. Segundo Hall (2016), há na representação uma espécie de diferença para atrair outras, que colaboram para totalizar o “espetáculo” da alteridade. Utilizando da mesma imagem, o autor trabalha a questão de intertextualidade ao discorrer como as fotografias dos atletas negros são trabalhadas pela imprensa:

Essa acumulação de significados em diferentes textos, em que uma imagem se refere a outra ou tem seu significado alterado por ser “lida” no contexto de outras imagens, chama-se intertextualidade. Todo o repositório de imagens e visuais por meio dos quais a “diferença” é representada em um dado momento histórico pode ser descrito como um regime de representação (p.150).

Logo após trazer uma variedade de exemplos de como a representação na mídia e na cultura popular se apresenta, o autor traz a questão da estereotipagem enquanto prática de produção de significados. Para argumentar sobre o assunto, Hall recorre a Richard Dyer:

Um sistema de tipos sociais e estereótipos aponta tudo o que está, por assim dizer, dentro e fora dos limites de normalidade [ou seja, comportamentos aceitos como “normais” em qualquer cultura]. Tipos são instâncias que indicam aqueles que vivem segundo as regras da sociedade (tipos sociais) e aqueles que as regras são delineadas para excluir (estereótipos). Por essa razão, os estereótipos também são mais rígidos que os tipos sociais. [...]. Os limites [...] devem estar claramente delineados e, dessa forma, os estereótipos, um dos mecanismos da manutenção dos limites, são caracteristicamente fixos, claros, inalteráveis (1977, p.29 apud, 2016, p.191).

Sendo assim, pode-se caracterizar estereotipagem como uma prática de fechamento e exclusão, como parte da manutenção da ordem social e simbólica, estabelecendo uma fronteira entre o “normal” e o “aceitável”, o “pertencente” e o que não pertence ou ainda entre “insiders” e

“outsiders”. Na estereotipagem, há uma conexão entre representação, diferença e poder (é o que Foucault denomina “poder/conhecimento” do jogo). O poder, pontuado aqui, é entendido como algo muito além da exploração econômica e coerção física, mas também em termos simbólicos ou culturais, incluindo o exercício do poder simbólico, através das práticas representacionais e, a estereotipagem, é um elemento essencial para que aconteça a “violência” simbólica (HALL, 2016).

Hall (2016) considera que a estereotipagem é uma forma de poder que está interligada à produção do conhecimento, ou seja, às práticas do que Foucault chamou de 'poder/conhecimento. O estereótipo é um dispositivo que estabelece “uma conexão entre representação, diferença e poder” (Hall, 2016, p. 193). Nem quando há “boa vontade”, as representações conseguem fugir do peso desse poder e, por isso, nem a propaganda abolicionista, nem o cinema da primeira metade do século XX deixou de representar pessoas negras por meio de “algumas características simplificadas, redutoras e essencializadas” (Hall, 2016, p.174).

Hall (2016, p.190) descreve que os estereótipos se apossam das poucas características “simples, vívidas, memoráveis, facilmente compreendidas e amplamente reconhecida” sobre uma pessoa; tudo sobre ela é reduzido a essas tradições que são, depois, exagerados e simplificados. Nesse sentido, o primeiro ponto é que a estereotipagem reduz, essencializa, naturaliza e fixa “a diferença”. Em segundo lugar, a estereotipagem implanta uma estratégia de “cisão”, que divide o normal e aceitável do anormal e inaceitável. Em seguida, exclui ou expelle tudo o que não cabe, o que é diferente. A estereotipagem, em outras palavras, é a parte da manutenção da ordem social e simbólica. Ela estabelece uma fronteira simbólica entre o “normal” e o “pervertido”, o “normal” e o “patológico”, o “aceitável” e o “inaceitável”, o “pertencente” e o que não pertence ou é o “Outro”, entre “pessoas de dentro (insiders) e “forasteiros” (outsiders), entre nós e eles. [...] O terceiro ponto é que a estereotipagem tende a ocorrer onde existem enormes desigualdades de poder.

Nessa segunda parte da obra, Hall (2016) avança na análise da representação como prática de produção de significados e a relação da “alteridade”. Discorre, portanto, demonstrando por meio de exemplificações e argumentos teóricos, que saber por que a “diferença” e a “alteridade” são de suma importância para os estudos culturais. Segundo Hall (2016), embora as celebridades e figuras negras tenham estourado no campo da representação popular, ainda existem limites marcados de sua representação e participação nos centros de poder cultural e econômico” (p.228).

Com uma argumentação exemplificada por meio de materiais midiáticos, Hall trabalha como a estereotipagem é inserida e aceita no contexto diário da sociedade, como algo natural. Pontua que da mesma forma que trabalhou com os exemplos de representações de raça, abordando as questões da diferença e da alteridade, podem ser utilizadas outras temáticas estereotipadas culturalmente. É nesse contexto teórico que este estudo busca-se inserir, visando trabalhar com a questão do gênero feminino e as representações obtidas a partir das ferramentas de IA.

3 FERRAMENTAS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E OS VIESES ALGORÍTMICOS

A discriminação na produção de dados está presente tanto na predominância de usuários dos países desenvolvidos com mais acesso a tecnologias e às redes sociais, o que engendra uma base de dados enviesada pelo biotipo racial de pele clara, quanto na não desagregação dos dados por gênero e/ou o tratamento dado ao homem como “humano padrão” (COZMAN;

CAUFMAN, 2022). Ademais, a internet não é um espaço público inteiramente democrático; as informações não circulam com a mesma velocidade nem com o mesmo alcance; as redes que têm mais conexões ampliam as oportunidades de gerar mais conexões. Pontos com número maior de conexões são denominados "hubs" (concentrador e/ou conector): quanto mais links um hub capta, maior sua visibilidade na rede. Plataformas tecnológicas como Google, Amazon, Facebook, ao concentrar parte relevante do fluxo de informações na internet, constituem-se em poderosos hubs (Barabási, 2009), alavancados significativamente pelos algoritmos de IA.

Perez-Criado (2021), por meio de um extenso levantamento histórico da "invisibilidade" feminina, constata que, como a técnica de IA que permeia a maior parte das aplicações atuais é baseada em dados, a sociedade está tomando decisões enviesadas por gênero em número maior do que o percebido. Na Inglaterra, por exemplo, as mulheres têm 50% mais chances de serem diagnosticadas erroneamente após um ataque cardíaco, em função da predominância de homens nos estudos científicos sobre insuficiência cardíaca (PEREZ-CRIADO, 2021). A prática de não coletar dados desagregados por gênero, tratando os homens como neutros e/ou "padrão humano", e a partir dessas bases de dados tendenciosas identificar padrões de comportamento humano, distorce a suposta objetividade e a acurácia dos resultados dos modelos estatísticos baseados em IA.

Dentre os recursos de IA existentes, o *Machine Learning* (ou aprendizado de máquina) é uma forma de inteligência artificial que permite que aplicações de software consigam reproduzir a capacidade de raciocínio do ser humano e executar tarefas sem a intervenção do homem. A ideia é que elas possam oferecer alternativas e soluções mesmo sem ser programadas para isso, pois são capazes de aprender com as informações que lhes são fornecidas ao longo do tempo.

A premissa básica para isso acontecer é a combinação de algoritmos com o Big Data. É que as máquinas dependem da criação de algoritmos para aprenderem a ler e compreender os novos dados que alimentam seu sistema, além de uma análise estatística para determinar respostas em um número finito de possibilidades. Existem por aí algoritmos de *Machine Learning* de dois tipos: os supervisionados e os não supervisionados.

No caso dos algoritmos supervisionados, tanto a entrada e saída de dados como o treinamento das máquinas requerem a presença de humanos para submeter informações e oferecer feedback a respeito de seus resultados. Já nos algoritmos não supervisionados, tudo é feito de maneira autônoma pelos sistemas e os resultados são avaliados por ele mesmo. Neste modelo, o processamento das atividades, das mais simples às mais complexas, é realizado com o auxílio do *Deep Learning*.

O *Deep Learning* (ou aprendizado profundo) é outro dos aspectos da Inteligência Artificial. Esse recurso simula exatamente a forma de aprendizado utilizada pelos seres humanos na hora de compreender uma nova informação e dá às máquinas a capacidade de fazer o mesmo. Nesse sentido, o *Deep Learning* pode ser descrito como uma forma de automatizar a análise preditiva. Isso acontece porque enquanto mecanismos de aprendizado de máquina geralmente são lineares, os de *Deep Learning* são encadeados hierarquicamente, permitindo análises mais complexas e abstratas.

O resultado desse encadeamento hierárquico é um monte de transformações não-lineares que se configuram em modelos estatísticos. Conforme o sistema coleciona uma porção deles, é capaz de entender melhor o que está acontecendo ao seu redor. No *Deep Learning*, o aprendizado é construído por meio de redes neurais, e suas funcionalidades não dependem da intervenção de especialistas humanos. O Google é uma das empresas que utilizam tecnologias de *Machine Learning* e *Deep Learning* diariamente em suas ferramentas, como nos mecanismos de busca.

O viés de IA é um problema de inteligência artificial causado quando dados tendenciosos são usados para treinar um algoritmo de modelo, o que acaba afetando o julgamento da máquina.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente texto toma como ponto de referência e modelo metodológico “O espetáculo do ‘outro’”, de Stuart Hall (2016). Esse capítulo de sua obra ensina teorias da diferença e do estereótipo, traz uma seleção de imagens do corpo negro, compondo uma sequência histórica dessas imagens, e conclui com formas de contestar o estereótipo. No mesmo sentido, neste trabalho, busca-se compreender como a representação do gênero feminino pelas ferramentas de IA do Google constroem significados sobre este conceito por meio da estereotipagem.

5 AS REPRESENTAÇÕES CULTURAIS SOBRE AS MULHERES NA PLATAFORMA DE BUSCAS DA GOOGLE

A expressão “mulher” gera automaticamente uma série de alusões, imagens, entendimentos ativados por um determinado conjunto de significados de realidade que acumulamos ao longo da nossa vivência em sociedade (SOUZA, 2021). As representações sociais configuram a construção social da realidade e funcionam como um guia de comportamentos, uma vez que elas possibilitam a leitura dos eventos cotidianos definindo-os como aceitáveis ou inaceitáveis e isto se aplica aos significados dados ao gênero feminino, às representações culturais sobre “mulher”.

Podem ser identificadas duas principais formas pelas quais estereótipos de gênero podem ser incorporados ao aprendizado de máquina. Por meio de sua concepção de arquitetura, ou por meio dos dados selecionados para treinar a IA. Nos casos de assistentes digitais, por exemplo, a discussão é a de incorporação de estereótipos de gênero no desenvolvimento da tecnologia. Em outros casos, contudo, os vieses podem estar embutidos nas bases de dados utilizadas no treinamento da IA, que aprende a reproduzir esses vieses em sua atuação automatizada.

Como primeiro resultado da pesquisa, o Google apresenta o significado do termo “mulher” a partir de uma perspectiva do dicionário. O dicionário de português da Google é proporcionado pela Oxford Languages. A Oxford Languages compreende a maior editora mundial de dicionários, que se baseiam na análise de usos autênticos de palavras coligidas a partir de fontes documentais naturais, para determinar a definição, grafia e funcionamento gramatical de uma palavra e, com base nessa pesquisa, proporcionar indicações de como ela é usada. Esta abordagem empírica na compilação de dicionários é conhecida como lexicografia descritiva. Estes dicionários visam descrever como as pessoas ao redor do mundo usam e têm usado as línguas, ao invés de prescrever como uma língua deve ser utilizada. O quadro 1 apresenta os resultados obtidos através deste dicionário acerca do termo "mulher".

Quadro 1 - Resultados da pesquisa pelo termo “mulher” no google - Dicionário

<p>mulher substantivo feminino</p> <ol style="list-style-type: none">1. pessoa do sexo feminino ou do gênero feminino.2. o ser humano feminino, considerado em conjunto, ideal ou concretamente. "a participação da m. na política"
--

- 3. mulher-feita; adulta.
"tem uma filha que já é m., vive fora do país há anos"
- 4. companheira conjugal; esposa.
"sua m. faleceu cedo"
- 5. amante, concubina.
"diz a lenda que marinheiros têm uma m. em cada porto"
- 6. uma mulher indeterminada ou de quem se fala; dona.
"uma m. deu-lhe a informação"
- 7. us. como interlocutório pessoal.
"— Então, m., qual é a solução?"

Fonte: Resultados da pesquisa - Google 2024

Conforme apresentado, o primeiro resultado apresenta mulher como “pessoa do sexo feminino ou do gênero feminino”. A lógica do termo parece seguir um padrão cíclico conservado por gírias populares, dividindo o mundo em duas esferas: masculino e feminino, em que se pré-estabelece papéis sociais de acordo com suas diferenças sexuais. O dicionário inclui o conceito de mulher como pessoa do sexo feminino, associado ao caráter biológico do ser mulher, além de apresentar o conceito de gênero feminino, vinculado a construções sociais, não a características naturais. O gênero, portanto, se refere a tudo aquilo definido ao longo tempo e a sociedade entende como o papel, função ou comportamento esperado de alguém com base em seu sexo biológico.

O terceiro resultado descreve a mulher como “mulher-feita; adulta” o que destoa da percepção do ser humano atrelado ao sexo biológico, excedendo seres humanos femininos não adultos. Essa conceituação tem como base o conceito de mulher como uma pessoa do sexo feminino adulta, que possui as características de maturidade física, capacidade reprodutiva e papéis e responsabilidades sociais relacionados à idade adulta. Esse conceito admite também o conceito de menina, como sendo um termo que descreve uma jovem que está em sua infância ou adolescência, antes de atingir a idade adulta.

O quarto resultado apresenta a mulher como “companheira conjugal; esposa”, na qual o conceito de mulher apenas toma sentido a partir do casamento, associando ao papel social da mulher como esposa que é fortemente compreendida ao longo da história que reserva à mulher uma condição de submissão, a dedicação ao lar e à vida conjugal e familiar. Devido a esse padrão de valores estabelecidos socialmente, as mulheres sofrem, muitas vezes, uma perda de identidade. Pois, em alguns contextos, as mulheres não são conhecidas socialmente pelos seus próprios nomes, mas sim como a filha de alguém, no caso das solteiras; ou como a mulher de alguém, no caso das mulheres casadas.

Relacionado a este, o quinto resultado representa a mulher como “amante, concubina” associada ao estereótipo pejorativo da figura feminina, em contraste com o quarto resultado, onde essas mulheres, cujos comportamentos não sejam definidos dentro desses mesmos padrões do casamento e da moralidade de submissão, na condição de amantes, passam a ser socialmente rejeitadas e vistas com preconceitos por grande parte da sociedade. Isto porque para a maioria das pessoas é menos aceitável a mulher ser infiel ao marido do que o homem trair a esposa, pois

há desigualdades no contexto das relações de gênero que desfavorecem a mulher no espaço da família e do casamento.

Percebe-se nesse sentido, que as representações sobre o gênero feminino estão atreladas ao papel social que é atribuído a sua figura, tendo como referência um padrão de pensamento historicamente aceito. Nesse sentido, o significado atribuído à mulher na contemporaneidade é enraizado no estereótipo do ideal de mulher do pensamento arcaico.

6 OS ALGORITMOS E OS LINKS DE ACESSO AO CONTEÚDO SOBRE MULHERES NA PLATAFORMA DE BUSCAS DA GOOGLE

O segundo conjunto de dados obtidos nas buscas são os links de pesquisa, na qual apresentam conteúdos relacionados ao termo pesquisado. Quanto à sistematização desses resultados, os sistemas de classificação do Google são projetados para organizar centenas de bilhões de páginas da Web e outros tipos de conteúdo no índice da busca e oferecer os resultados considerados mais relevantes e úteis em uma fração de segundo.

Para oferecer as informações mais úteis, os algoritmos de busca examinam vários fatores e sinais, como as palavras da consulta, a relevância e usabilidade das páginas, a especialidade das fontes e a localização e configurações do usuário. O peso de cada fator depende da natureza do que foi pesquisado. Por exemplo, a data de publicação do conteúdo é mais importante em consultas sobre notícias recentes do que em definições do dicionário.

Para exibir resultados relevantes, os algoritmos do Google buscam entender o que cada pessoa está procurando, ou seja, o objetivo da consulta. Para isso, a plataforma cria modelos de linguagem para tentar decifrar como as poucas palavras digitadas na caixa de pesquisa podem corresponder ao conteúdo mais útil disponível.

A identificação sobre o que é mais útil, nesse sentido, leva em conta informações como localização do usuário, histórico de pesquisas anteriores e configurações da busca. De modo geral, a plataforma utiliza cinco elementos para classificar os resultados das buscas, direcionados a resultados mais “úteis”, a saber: significado, relevância, qualidade, usabilidade e contexto.

Para além dessa personalização dos resultados a partir dos usuários que realizam a pesquisa, o algoritmo apresenta os resultados a partir da base de dados que possui, do modo como é alimentada e como “aprende” com o tempo. Nesse sentido, pode-se compreender que olhar para os resultados obtidos, possibilita a compreensão de como a mulher é representada pelos algoritmos de busca e quais os significados podem ser percebidos a partir desta.

O quadro 2 sistematiza os 30 primeiros dos links de acesso, referentes à busca do termo “mulher”. Optou-se por escolher os 30 primeiros, considerando que o Google ordena os resultados pelo caráter de utilidade que estes podem apresentar ao usuário, nesse sentido busca-se compreender o significado sobre mulher nesse recorte de pesquisa.

Quadro 2 - Resultados da pesquisa pelo termo “mulher” no google - Links de acesso

- 1 - Mulher – Wikipédia, a enciclopédia livre
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Mulher>
- 2- mulher - Dicionário Online Priberam de Português
<https://dicionario.priberam.org/mulher>

- 3- Mulher é dopada e estuprada por 12 homens em festa de PMs
<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2024/02/01/mulher-e-dopada-e-estuprada-por-12-homens-em-festa-de-pms-fizeram-fila.ghtml>
- 4- mulher | Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa
<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/mulher>
- 5- Mulher: notícias sobre o universo feminino | Folha - UOL
<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/mulher/>
- 6- Ministério das Mulheres - Portal Gov.br
<https://www.gov.br/mulheres/pt-br>
- 7- Ministério das Mulheres (@mindasmulheres) / ...
<https://twitter.com/mindasmulheres>
- 8- ONU Mulheres
<https://www.onumulheres.org.br/>
- 9- Observatório Judicial da Violência contra a Mulher
<https://www.tjrj.jus.br/observatorio-judicial-violencia-mulher>
- 10- Comissão de Defesa dos Direitos da Mulher
<https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/comissao-de-defesa-dos-direitos-da-mulher-cmulher>
- 11- Mulher é presa por sequestrar e extorquir ex-marido em Atibaia
<https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2024/01/31/mulher-e-presa-por-sequestrar-e-extorquir-ex-marido-em-atibaia-suspeita-ainda-se-passou-por-vitima.ghtml>
- 12- Bem-vindo a Secretaria da Mulher | Secretaria da Mulher
<https://www.secmulher.rj.gov.br/>
- 13- Plataforma Mulher Segura: A violência não te define
<https://www.mulhersegura.org/>
- 14- CAS lança pesquisa sobre violência contra a mulher ...
<https://www12.senado.leg.br/noticias/videos/2023/11/ao-vivo-cas-lanca-pesquisa-sobre-violencia-contra-a-mulher-realizada-pelo-datasenado-2013-21-11-23>
- 15- Violência contra a Mulher
<https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoas/violencia-contra-a-mulher/>
- 16- Secretaria de Estado da Mulher |
<https://www.observatoriodamulher.df.gov.br/>
- 17- Pesquisa Nacional de Violência contra a Mulher
<https://www12.senado.leg.br/institucional/omv/pesquisanacional>
- 18- Procuradoria Especial da Mulher
<https://www.cl.df.gov.br/procuradoria-especial-da-mulher>
- 19- Secretaria da Mulher
<https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/secretarias/secretaria-da-mulher>
- 20- Núcleo Especializado de Defesa dos Direitos da Mulher -
<https://www.defensoria.es.def.br/direitos-humanos-nucleo-especializado-de-defesa-dos-direitos-da-mulher/>
- 21- Faetec e Secretaria da Mulher oferecem vagas em cursos ...
<http://www.faedec.rj.gov.br/index.php/institucional/assessoria-de-comunicacao/noticias/2183-faedec-e-secretaria-da-mulher-oferecem-vagas-em-cursos-profissionalizantes-a-mulheres-vitimas-de-violencia>
- 22- Atendimento à Mulher | Portal TJMG
<https://www.tjmg.jus.br/comsiv/>
- 23- Maria da Penha Online
<https://www.pcdf.df.gov.br/servicos/delegacia-eletronica/violencia-domestica-contra-mulher>
- 24- Defesa da Mulher
https://www.defensoria.df.gov.br/?page_id=311
- 25- Procuradoria da Mulher - Assembleia Legislativa de Minas ...

- <https://www.almg.gov.br/servicos/procuradoria-da-mulher/inicial/>
- 26- Conselho Estadual dos Direitos da Mulher
- <https://www.cedm.pr.gov.br/>
- 27- Observatório da Mulher contra a Violência
- <https://www12.senado.leg.br/institucional/omy>
- 28- Saúde reprodutiva da mulher - Portal Gov.br
- <https://www.gov.br/pt-br/temas/saude-reprodutiva-da-mulher>
- 29- Quem é Quem – Secretaria de Estado da Mulher
- <https://www.mulher.df.gov.br/quem-e-quem/>
- 30- Cartões CAIXA Mulher
- <https://www.caixa.gov.br/voce/cartoes/credito/mulher/Paginas/default.aspx>
- 31- Mulher | Mulher
- <https://www.mulher.com.br/>

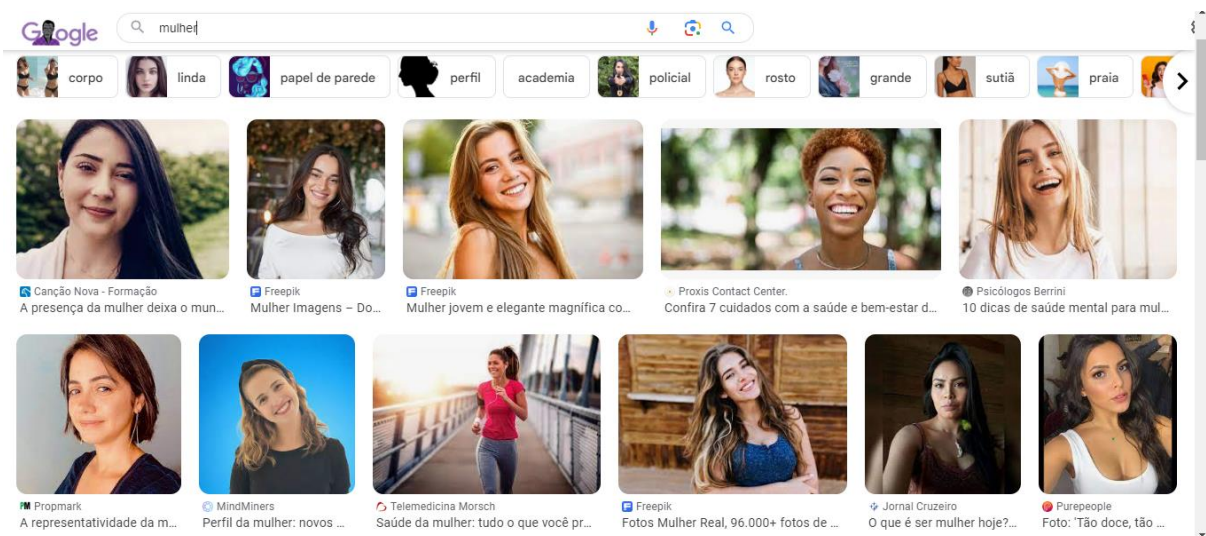
Fonte: Google (2024)

Percebem-se alguns padrões de temática presentes nesses resultados. Grande parte dos links associa a resultados que discutem a violência contra a mulher, evidenciando a vulnerabilidade feminina no contexto social, o que é reforçado pelos links que remetem a órgãos públicos e organizações comprometidas com a luta pelo direito das mulheres, ou leis que atuam na promoção desses direitos. Outro resultado de busca que chama atenção é o termo de notícias do universo feminino, no qual o link direciona a assuntos de moda, maternidade e saúde reprodutiva da mulher.

Essa posição reforça o estereótipo de mulher do lar, associa-se à maternidade e permanece a ideia da mulher como principal responsável pelos(a)s filhos(a)s, e a moda, que sugestiona a utilidade de um conteúdo sobre mulher relacionado à preocupação com a aparência.

O terceiro conjunto de resultados de busca analisa o uso da linguagem não verbal pelos algoritmos de busca, representado pelo Google imagens. Além destes, a busca por imagens também apresenta a sugestão de “termos relacionados” sobre o termo pesquisado, estes, assim como as imagens acerca do termo mulher, podem ser visualizados na Figura 1

Figura 1. Resultados da busca pelo termo “mulher” - Google imagens



Fonte: Google imagens (2024).

No domínio simbólico, a mulher representada nas imagens segue o padrão de mulher jovem, branca, magra, com aparência delicada e alegre, e fotos que destacam um padrão de corpo feminino. Essa representação parece dialogar com o significado da mulher associada a estereótipos raciais, comportamentais e associados à aparência feminina, este último é reforçado nas sugestões de termos relacionados a essa busca, sendo “corpo”, “linda” “academia” e “rosto”.

A partir destas análises, nota-se que o conceito de gênero é ligado ao conjunto das representações elaboradas a partir das diferenças sexuais, e que as ideias e representações sobre mulheres derivam dos discursos hegemônicos. A criação dos sujeitos sociais e culturais como “mulher” atribuindo-lhes características “naturais” distintas, colabora na visão inferiorizada de um gênero em detrimento do outro ao longo dos tempos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo compreender a produção de significados sobre o conceito de “mulher” por meio da estereotipagem, a partir de ferramentas da inteligência artificial (IA), tendo como locus de análise os mecanismos de busca do Google. Sob a ótica dos estudos culturais, buscou-se discutir o Google como plataforma mediada por algoritmos da IA, que (re)produz significados acerca do gênero feminino, influenciado por um viés que potencializa assimetrias de poder e discriminações sobre esse grupo social.

Como principais resultados e contribuições para as análises organizacionais, percebe-se um ciclo de propagação de viés entre sociedade, IA e usuários, na qual a “mulher” é significada a partir dos estereótipos sociais socialmente compartilhados, ligados a padrões de comportamento, aparência, papel social e vulnerabilidade historicamente construídos.

A hipótese da normatização do sexismo a partir da representação da diferença nos resultados de busca apresentados pelos algoritmos da IA tem como consequência a naturalização da visão enviesada sobre as mulheres, reproduzindo noções que protagonizam práticas discriminatórias. Assim, é possível compreender como o processo de plataformização das organizações tem se constituído no sentido de potencializar as desigualdades e estereótipos de gênero nas representações culturais sobre as mulheres na plataforma pesquisada.

Talvez o maior equívoco no uso dos sistemas de IA seja a promessa de objetividade, isto é, supor que os algoritmos garantam objetividade e/ou neutralidade por serem processados por máquinas e protegidos dos erros humanos. É importante que o setor tecnológico mantenha um olhar atento às questões de gênero. Esse olhar deve partir de diversas perspectivas, incluindo a garantia de diversidade nos times de desenvolvimento de produtos, testes para identificação de vieses cognitivos e transparência quanto a seus processos.

REFERÊNCIAS

BARABÁSI, A. L. **Linked**: a nova ciência dos networks. São Paulo, Leopardo Editora, 2009.

COZMAN, Fabio Gagliardi; KAUFMAN, Dora. Viés no aprendizado de máquina em sistemas de inteligência artificial: a diversidade de origens e os caminhos de mitigação. **Revista USP**, São Paulo, n. 135, p. 195-210. 2022.

FORBES, Amazon desiste de ferramenta secreta de recrutamento: Sistema automatizado mostrou viés contra as mulheres. Disponível em:

<https://forbes.com.br/negocios/2018/10/amazon-desiste-de-ferramenta-secreta-de-recrutamento/>

PEREZ-CRIADO, C. **Invisible women**: data bias in a world designed for men. New York, Abrams Press, 2021.

SOUZA, A. P. O. Entre o rosa e o azul: um estudo sobre representações de ser homem e de ser mulher. **Dissertação de Mestrado**. Programa de Pós-graduação em Psicologia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro Nova Iguaçu, 2021. 106 f.

STUART, Hall. **Cultura e Representação**. Tradução: William Oliveira e Daniel Miranda. Rio de Janeiro: PUC -Rio: Apicuri, 2016.