

# A POSSIBILIDADE DE VIOLAÇÃO DE DIREITOS FUNDAMENTAIS DAS MULHERES POR MECANISMOS DE BUSCA NA *INTERNET*<sup>1</sup>

## THE POSSIBILITY OF VIOLATION OF WOMEN'S FUNDAMENTAL RIGHTS BY SEARCH ENGINES ON THE INTERNET

Luiza Berger Von Ende<sup>2</sup>  
Rafael Santos de Oliveira<sup>3</sup>

**Resumo:** Os mecanismos de busca são a mais comum mediação entre o usuário da *internet* e o conteúdo que encontra na *web*. Apesar do trabalho de facilitação do acesso a *websites*, podem incidir na reprodução de desigualdades existentes no mundo físico para o virtual, problema que é agravado pela alta credibilidade e a capacidade de influência exercida pelas plataformas. Tendo em vista que um dos grupos sociais que é historicamente discriminado é o feminino, a presente pesquisa busca responder se os mecanismos de busca, especialmente o Google, violam direitos fundamentais pela incidência na discriminação de gênero. Objetiva-se, assim, compreender o funcionamento de ferramentas de busca e da construção ideológica da tecnologia, bem como identificar casos de discriminação de gênero nas plataformas. Vale-se do método de abordagem dedutivo, aplicando conceitos gerais sobre violações de direitos como discriminação e desigualdade de gênero no caso específico dos mecanismos de busca; e, quanto ao procedimento, o método funcionalista foi utilizado na identificação do papel dos mecanismos de busca na *internet*, e o monográfico é empregado no estudo dos casos de manifestações enviesadas dos mecanismos de busca como representativos de outros semelhantes. Resulta da pesquisa o entendimento que as tecnologias não podem ser consideradas neutras e o ambiente enganosamente idealizado como democrático e igualitário não apenas reflete, como também acaba por incentivar a violação de direitos fundamentais das mulheres, repercutindo em várias esferas da vida feminina. Necessitam, portanto, de restrições éticas em seu funcionamento, a fim de resguardar direitos fundamentais.

**Palavras-chave:** algoritmos; discriminação por gênero; direito e *internet*; direitos fundamentais; mecanismos de busca.

**Abstract:** Search engines are the most common mediation between the internet user and the content they find on the web. Despite the work to facilitate access to websites, they can reproduce existing inequalities in the physical to the virtual world, a problem aggravated by the high credibility and influence capacity exerted by platforms. Bearing in mind that one of the social groups that suffers historical discrimination is the female, the present paper seeks to answer whether search engines, especially Google, violate fundamental rights due to the incidence of gender discrimination. Thus, the objective is to understand the operation of search engines and the ideological construction of technology, as well as to identify cases of gender discrimination on these platforms. It uses the deductive approach method, applying general concepts about rights violations such as discrimination and gender inequality in the specific case of search mechanisms; and, in procedure terms, the functionalist method was used to identify the role of search engines on the internet and the monographic method is applied in the study of cases of biased manifestations of search engines as representative of similar ones. The research shows that technologies cannot be considered neutral and the environment deceptively idealized as democratic and egalitarian not only reflects, but also ends up violating fundamental rights of women, affecting various spheres of female life. Therefore, they need ethical constraints in their functioning, in order to safeguard fundamental rights.

**Keywords:** algorithms; gender discrimination; law and internet; fundamental rights; search engines.

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado no Centro de Estudos e Pesquisas em Direito e Internet (CEPEDI) da Universidade Federal de Santa Maria, com apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq (PIBIC).

<sup>2</sup> Graduanda em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CEPEDI/UFSM. Bolsista PIBIC/2020-21. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3314168049325773>. E-mail: [luiza.bergerv@gmail.com](mailto:luiza.bergerv@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professor Associado I no Departamento de Direito da Universidade Federal de Santa Maria, em regime de dedicação exclusiva, e no Programa de Pós-Graduação em Direito da UFSM. Coordenador do CEPEDI/UFSM. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9933895574541972>. E-mail: [rafael.oliveira@ufsm.br](mailto:rafael.oliveira@ufsm.br).

## 1 INTRODUÇÃO

A popularização da *internet* fez com que se construíssem sobre essa tecnologia idealizações de um espaço livre, democrático e inclusivo, que poderia ser acessado e aproveitado por todos. Grupos minoritários que detinham pouquíssimo espaço de fala e de escuta poderiam valer-se do sistema, horizontal e descentralizado, para espalhar suas reivindicações, conscientizar pessoas e mobilizar mudanças.

A conectividade permitida pela rede também ampliou e tornou possível o acesso a informações de várias partes do mundo. Assim, o trabalho e acervo de bibliotecas e jornais, hoje, estão à distância de um clique, e, também, o próprio usuário é capaz de contribuir na construção do conteúdo publicado, atuando como receptor e emissor de conteúdo na Sociedade em Rede<sup>4</sup>. As plataformas de busca, assim, atuam como mediadoras importantes no do acesso à informação na *internet*.

Por conta disso, esses mecanismos são capazes de influenciar o pensamento que as pessoas têm sobre o que é real, dada a concepção da maioria dos internautas de que tudo que é emitido pelo site é digno de ser acreditado. No entanto, carece de checagem o conteúdo exibido pelas plataformas, uma vez que funcionam como indexadoras dos conteúdos produzidos livremente - e em imensa quantidade - pelos usuários.

Deve-se também ter em vista que as tecnologias, apesar de sua reputação pela imparcialidade, não são neutras e possuem vieses<sup>5</sup>. Por isso, emergem situações em que os resultados de busca são tendenciosos e reproduzem concepções e estereótipos que prejudicam a visão coletiva e as informações recebidas acerca de um grupo, sem que haja razão para tal na essência das pesquisas. Isso ocorre com seções já marginalizadas da sociedade, como é o caso do resultado de busca por imagem no Google Fotos que associou uma pessoa negra a um macaco<sup>6</sup>, e, também, quando a empresa exibiu em destaque resultados

---

<sup>4</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

<sup>5</sup> O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction**: how big data increases inequality and threatens democracy. New York: Crown Publishers, 2016. [livro eletrônico]

<sup>6</sup> GOOGLE Fotos identifica pessoas negras como "gorilas". **Terra**, 02 jul. 2015. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/google-fotos-identifica-pessoas-negras-como-gorilas,1fc48c2b7559103e43ef44dcdc16787e12t0RCRD.html>. Acesso em: 22 set. 2020.

antisemitas quando se pesquisava por “judeus”<sup>7</sup>. Assim, tendo em vista que uma das situações históricas de desigualdade na sociedade é em relação às mulheres, questiona-se: os mecanismos de busca violam direitos fundamentais, incidindo em discriminação em função de gênero na *internet*?

A presente pesquisa, então, objetiva verificar a violação de direitos fundamentais, como a igualdade de gênero e não discriminação, pelos resultados obtidos dos mecanismos de busca na *internet*, especificamente na plataforma Google. O recorte se justifica na medida em que é a plataforma mais utilizada mundialmente para pesquisas *online*<sup>8</sup>. A metodologia empregada na abordagem é dedutiva, partindo de aspectos gerais sobre a discriminação de gênero e aplicando-a no caso específico de sua reprodução por mecanismos de busca. Em relação ao procedimento, utiliza-se o método monográfico, tomando casos de resultados de buscas na *internet* no que tange às mulheres e utilizando-os como generalização representativa de outros semelhantes. Quanto às técnicas de pesquisa, foram empregadas a documental e a bibliográfica, a partir do estudo de legislações, princípios e trabalhos científicos quanto ao tema, bem como notícias que registram a ocorrência dos resultados das buscas *online*.

O trabalho, então, foi dividido em duas seções. O primeiro capítulo abordará o funcionamento dos mecanismos de busca na *internet* como ferramentas não neutras, investigando seu papel como reprodutoras de vieses e discriminações. No segundo, serão identificadas situações em que os mecanismos de busca incidiram em discriminação por gênero em relação às mulheres e as violações de direitos que a prática acarreta.

## **2 COMPREENDENDO O FUNCIONAMENTO DE MECANISMOS DE BUSCA E SEU VIÉS ALGORÍTMICO**

A grande quantidade de dados disponíveis na *internet*, outrora, era desconectada, e, para acessá-la, não se contava com mediadores. Assim, para compilar páginas da

---

<sup>7</sup> JEWISH TELEGRAPHIC AGENCY. Swedish Jews complain that Google searches are returning anti-Semitic results. **Jewish Telegraphic Agency**, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://www.jta.org/2018/03/08/global/google-shows-far-rights-list-of-swedish-jews-in-top-search-results>. Acesso em: 22 set. 2020.

<sup>8</sup> CHAFFEY, David. Search engine marketing statistics 2020. **SmartInsights**, 3 set. 2020. Disponível em: <https://www.smartinsights.com/search-engine-marketing/search-engine-statistics/>. Acesso em: 22 set. 2020.

web em lista de relevância, com inspiração na catalogação de bibliotecas e citações acadêmicas, o mecanismo de busca do Google foi criado<sup>9</sup>. O sistema funciona a partir de um algoritmo<sup>10</sup>, que identifica os sites mais relevantes e exibe seu endereço eletrônico no topo dos resultados.

A utilização das plataformas de busca se tornou tão comum e, praticamente, essencial na experiência online que passam a ideia de que a informação que deles advém é verossímil, precisa e neutra, e que a ordem de exibição reflete aquilo que é mais popular em relação ao conteúdo buscado<sup>11</sup>. Uma pesquisa do Pew Research Center conduzida em 2012 nos Estados Unidos da América identificou que mais de 70% dos usuários de mecanismos de busca consideravam que toda ou a maior parte da informação recebida por este meio era precisa e digna de confiança, sendo que mais de 60% acreditavam que a plataforma era fonte justa e neutra de informação<sup>12</sup>.

Entretanto, há uma falta de transparência quanto ao algoritmo que realiza o ranqueamento, o que torna difícil a constatação acurada dos fatores pelos quais os resultados foram exibidos. A justificativa corporativa é a proteção da propriedade intelectual da empresa, de modo que explica Silveira:

No livro *The Black Box Society*, Frank Pasquale argumentou que as corporações ocultam seus códigos e algoritmos utilizando três alegações: a defesa de seus segredos de negócios, a proteção da propriedade intelectual e a necessidade de evitar que os usuários driblem seus algoritmos caso sejam abertos. Isso garante que essas corporações atuem de modo completamente obscuro e inacessível para a sociedade. Por isso, as plataformas podem realizar operações legalmente discutíveis ou no vazio da lei, como afirmou Shoshana Zuboff<sup>13</sup>.

Assim, é possível questionar a imparcialidade dos algoritmos das empresas, que não deixam explícitas as decisões que tomaram para escolher um conteúdo em detrimento de outro na exibição para o usuário. Conforme Siva Vaidhyathan, “o

---

<sup>9</sup> VAIDHYANATHAN, Siva. **A Googlelização de Tudo** (e por que devemos nos preocupar): a ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem-sucedida empresa do mundo virtual. Tradução Jeferson Luiz Camargo. São Paulo: Cultrix, 2011.

<sup>10</sup> Algoritmos computacionais são sequências lógicas e finitas de passos, feitos em código de programação, com a finalidade de resolver um problema. ALGORITHM. *In*: ENCYCLOPAEDIA Britannica. Disponível em: <https://www.britannica.com/science/algorithm>. Acesso em: 07 set. 2020.

<sup>11</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>12</sup> PURCELL, Kristen; BRENNER, Joanna; RAINIE, Lee. Search Engine Use 2012. **Pew Research Center**, 09 mar. 2012. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/03/09/search-engine-use-2012/>. Acesso em: 23 set. 2020.

<sup>13</sup> SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. [livro eletrônico], s.p.

Google não é mau, mas também não é bom do ponto de vista moral. Tampouco é neutro - longe disso”<sup>14</sup>, e a excessiva confiança nele, conforme demonstrado no experimento do Pew Research Center, pode ser perigosa.

Fato é que pouco se têm ciência que os incentivos financeiros influenciam bastante na exibição dos resultados. O modelo de negócio das plataformas gratuitas, incluindo o Google, é por meio de anúncios pagos por empresas que desejam ter sua aparição impulsionada para o topo do ranking. Isto é, diferentemente do que os usuários acreditam em geral, não é somente a popularidade que leva um resultado a aparecer antes de outros: é também seu patrocínio.

Schneier, nesse sentido, alerta para o fato que a prevalência de algumas empresas na internet dão a elas um poder sem precedentes, e, justamente, a maneira com que obtêm lucro inverte a dinâmica dos papéis de consumidor e produto. Por conta da gratuidade da utilização do serviço de busca, o usuário realiza uma troca - mesmo sem saber - de seus dados pessoais para a empresa, que os vendem para anunciantes; estes, por sua vez, seriam os verdadeiros consumidores, enquanto os dados dos internautas seriam o produto<sup>15</sup>. Corrobora com a óptica Noble, que afirma que o monopólio exercido pelo Google no serviço de fornecimento de informações torna-o, aos olhos de grande parte das pessoas, a entidade criadora e provedora da cultura da informação na rede, mas que é influenciado primariamente por seus incentivos econômicos<sup>16</sup>.

É perceptível, dessa forma, que os mecanismos de busca são plataformas de propaganda, mas são extensivamente usadas como plataformas de informação, de modo que seus algoritmos não são feitos para proporcionar conteúdo adequado ou verídico. Apesar de atuar como uma espécie de biblioteca ou jornal para os olhos do público, o conteúdo que veicula não é verificado por um corpo editorial que faz a curadoria do que é preciso, tampouco é responsável por resguardar direitos fundamentais a partir dessas informações<sup>17</sup>. Portanto, conforme explica Noble,

---

<sup>14</sup> VAIDHYANATHAN, Siva. **A Googlelização de Tudo** (e por que devemos nos preocupar): a ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem-sucedida empresa do mundo virtual. Tradução Jeferson Luiz Camargo. São Paulo: Cultrix, 2011. p.18.

<sup>15</sup> SCHNEIER, Bruce. **Data and Goliath: the hidden battles to collect your data and control your world**. New York: W. W. Norton, 2015.

<sup>16</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism**. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>17</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism**. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

Reconhecer a credibilidade das informações online não é uma tarefa simples, porque os interesses comerciais nem sempre são aparentes e as medidas típicas de credibilidade raramente são viáveis devido à complexidade da web. Se o governo, a indústria, as escolas, os hospitais e as agências públicas estão direcionando os usuários à internet como um meio de fornecer serviços, isso confere um nível de autoridade e confiança no próprio meio. Isso levanta questões sobre quem possui identidade e marcadores de identidade no ciberespaço e se identidades racializadas e de gênero são direitos de propriedade que podem ser contestados<sup>18</sup>.

É assim que se levanta a questão da maneira com que grupos da sociedade são representados, e que ideias e valores são determinantes para realizar sua apresentação pela plataforma. O ponto de vista pelo qual o Google vê comunidades não é, necessariamente, o mesmo com que os próprios grupos se enxergam, e tampouco pode representar uma visão universal<sup>19</sup>.

Sendo produções humanas feitas com objetivos específicos, e que, por si só, não têm capacidade de compreender a complexidade ética das relações humanas, os algoritmos têm a visão de mundo de seus criadores, e perpetuam estereótipos de acordo com o que são programados<sup>20</sup>; ou melhor, caso não sejam programados para evitar a discriminação e fazer da *internet* o espaço inclusivo e democrático que pretendeu ser no começo de sua difusão, não o farão. É relevante perceber, assim, que o desenvolvimento desses algoritmos é feito majoritariamente por homens brancos, heterossexuais, cisgênero, que retroalimentam seu privilégio *online* em detrimento de outros gêneros, culturas, raças, descendências e orientações sexuais.

É importante destacar, também, que mecanismos de ranqueamento e diversas plataformas na *internet* são tecnologias que produzem profecias autorrealizáveis. Um resultado que aparece no topo da lista se torna o mais popular, mas não porque eram mais acessado ou famoso, mas porque já estava no topo da lista quando foi consultado<sup>21</sup>. Assim, têm a capacidade de provocar a ocorrência

---

<sup>18</sup> Em tradução livre de “Recognizing the credibility of online information is no small task because commercial interests are not always apparent, and typical measures of credibility are seldom feasible due to the complexity of the web. If the government, industry, schools, hospitals, and public agencies are driving users to the Internet as a means of providing services, then this confers a level of authority and trust in the medium itself. This raises questions about who owns identity and identity markers in cyberspace and whether racialized and gendered identities are ownable property rights that can be contested”. NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico] s.p.

<sup>19</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>20</sup> O’NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction**: how big data increases inequality and threatens democracy. New York: Crown Publishers, 2016. [livro eletrônico]

<sup>21</sup> PASQUALE, Frank. Rankings, Reductionism and Responsibility. **Seton Hall Public Law Research Paper**, n. 888327, 2006. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=888327>. Acesso em: 04 set. 2020.

daquilo que enunciam, caracterizando-se como ferramentas performativas<sup>22</sup>. A opacidade no funcionamento desses programas é, mais uma vez, uma das razões por que os usuários sequer questionam a veracidade e relevância do conteúdo que lhes é mostrado, mas também por que são sujeitos a modulações e interferências em seu comportamento.

Em síntese, os mecanismos de busca funcionam por meio de algoritmos, que, para os usuários, apenas exibem por ordem de popularidade páginas da *web* relacionadas ao tema buscado, sendo dignas de confiança e credibilidade. Contudo, essa é uma ilusão provocada pela opacidade no funcionamento do programa, que não leva ao conhecimento popular interferências financeiras e vieses algorítmicos de sua programação, que não tornam o mecanismo neutro. O capítulo seguinte, então, abordará as ocasiões em que o viés algorítmico dos mecanismos de busca do Google foi exposto em situações que representam uma discriminação indevida em relação ao gênero, e verificará em que medida violam direitos fundamentais.

### **3 A VIOLAÇÃO DE DIREITOS FUNDAMENTAIS A PARTIR DA DISCRIMINAÇÃO POR GÊNERO EXPOSTA NOS RESULTADOS DAS BUSCAS ONLINE**

No capítulo anterior, pôde-se compreender como funcionam os mecanismos de busca e as ideologias carregadas de forma camuflada pelos mesmos. Como bem explica Siva Vaidhyathan sobre a plataforma em voga,

Se o Google é a forma de navegação dominante na internet e, desse modo, constitui a lente principal através da qual vivenciamos tanto o local quanto o global, cabe-nos concluir que ele tem o extraordinário poder de estabelecer planos de ação e alterar nosso modo de ver o mundo. Suas tendências principais (valorizar mais a popularidade que a exatidão, dar preferência aos sites já estabelecidos em detrimento dos novos, fazer classificações toscas, rejeitando os modelos de apresentação mais flexíveis ou multidimensionais) estão inseridas em seus algoritmos. E essas tendências influenciam o modo como valorizamos as coisas percebemos as coisas navegamos pelo mundo da cultura e das ideias.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. [livro eletrônico]

<sup>23</sup> VAIDHYANATHAN, Siva. **A Googlelização de Tudo** (e por que devemos nos preocupar): a ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem-sucedida empresa do mundo virtual. Tradução Jeferson Luiz Camargo. São Paulo: Cultrix, 2011. p. 21.

Com esse contexto em vista, evidenciam-se situações em que pesquisas aparentemente simples em sua ferramenta podem levar a resultados que carregam correlações discriminatórias. Esse sistema é capaz de influenciar a percepção das pessoas sobre o mundo, no mesmo passo com que violam direitos fundamentais de grupos já marginalizados e vulneráveis como o das mulheres.

O primeiro exemplo se dá quando a busca por “CEO” no Google Imagens levou a encontrar uma extensa maioria dos resultados a partir do topo como sendo homens, enquanto a primeira aparição feminina mostrava uma foto da Barbie<sup>24</sup>. A impressão passada é que o que se espera ao buscar por um cargo de liderança empresarial seja um homem, e que até uma boneca é mais relevante que uma chefia feminina.

Um estudo da Universidade de Washington<sup>25</sup> indica que os estereótipos de gênero nos resultados de buscas por imagem influenciam a percepção das pessoas sobre quantas mulheres ou homens, de fato, ocupam certas profissões. Na pesquisa diretamente na plataforma, foram encontradas evidências de exageração de estereótipos e subrepresentação feminina nos resultados de busca. Os pesquisadores indicam que estudos sobre as mídias tradicionais, como a televisão, apontam que as características retratadas pela mídia influenciam a percepção das pessoas sobre a realidade e podem desenvolver, reforçar ou questionar os estereótipos dos telespectadores. Segundo o estudo, estereótipos tem o poder de causar danos por meio de profecias autorrealizáveis, como abordado no capítulo anterior deste trabalho, e, também, pela influência na autopercepção de quem é estereotipado, o que pode desestimular as mulheres a ocuparem certos espaços.

Em outra ocasião, a pesquisa por “mulher negra dando aula” levava a pornografia, mesmo com filtros de conteúdo que limitavam a exposição desse tipo nos resultados<sup>26</sup>; o caráter pornográfico resultado também advinha da pesquisa da

---

<sup>24</sup> SOTTEK, T. C. Google Search thinks the most important female CEO is Barbie. **The Verge**, 09 abr. 2015. Disponível em: <https://www.theverge.com/tldr/2015/4/9/8378745/i-see-white-people>. Acesso em: 22 set 2020.

<sup>25</sup> KAY, Matthew; MATUSZEK, Cynthia; MUNSON, Sean. Unequal Representation and Gender Stereotypes in Image Search Results for Occupations. **CHI '15: Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems**, Seoul, Republic of Korea, abr. 2015, p. 3819-3828. DOI: <https://doi.org/10.1145/2702123.2702520>. Disponível em: <https://www.smunson.com/portfolio/projects/unequalrepresentation.pdf>. Acesso em: 22 set. 2020.

<sup>26</sup> GERALDO, Nathália. Buscar “mulher negra dando aula” no Google leva à pornografia: por quê? **Universa**, 27 out. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/10/27/pesquisa-mulher-negra-dando-aula-leva-a-pornografia-no-google.htm>. Acesso em: 22 set. 2020.



palavra “lésbicas”<sup>27</sup>. O estreitamento da realidade representativa de uma ampla característica de pessoas - veiculado pela mais abrangente plataforma de pesquisa - reduzindo-a a objetos sexuais, promove o preconceito histórico de coisificação da mulher na sociedade e reforça a violação de sua dignidade. Isso é ainda mais prejudicial ao perceber que a busca poderia facilmente atingir crianças e adolescentes, que pesquisam por referências similares a si, como é o caso da pesquisa por “meninas negras”, a qual também exibia sites pornográficos no topo, ainda que não contivesse nenhuma palavra relacionada<sup>28</sup>. Noble argumenta que o Google incide em deturpações na representação de mulheres e meninas de forma sexualizada pois é economicamente rentável para a plataforma, conforme os incentivos de anunciantes<sup>29</sup>.

O Google também exibia, em definições de palavras, termos deveras sexistas. Enquanto para a busca por “patrão” a plataforma retornava o conceito “proprietário ou chefe de um estabelecimento privado comercial”, a pesquisa pelo termo feminino exibia “mulher do patrão” e “dona de casa”. Na pesquisa por “mulher solteira”, o resultado exibido “prostituta” e “meretriz”, em vez de indicar o estado civil<sup>30</sup>. Ainda, na busca por “professora”, a plataforma relacionava o termo “prostituta”<sup>31</sup>. É evidente a violação ao direito à igualdade de gênero, na medida em que a tendência à sexualização e à subjugação ao outro gênero não aconteciam da mesma forma ao se buscar pelo equivalente masculino da palavra, indicando discriminação no tratamento.

A violação de direitos não ocorre somente nos resultados das buscas, mas também nas sugestões feitas por um algoritmo da plataforma, que tenta prever o restante da frase digitada pelo usuário. Uma série de anúncios feitos pela

---

<sup>27</sup> GOOGLE conserta seu algoritmo para que a palavra ‘lésbica’ não seja mais sinônimo de pornô. **El País**, 08 ago. 2019. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/08/tecnologia/1565280236\\_871191.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/08/tecnologia/1565280236_871191.html). Acesso em: 21 set. 2020.

<sup>28</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>29</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>30</sup> MIOTTO, Rafael. Significados de ‘patroa’ e ‘mulher-solteira’ mudam no Google depois de críticas de Anitta e Luísa Sonza. **G1**, 18 set. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/09/18/significados-de-patroa-e-mulher-solteira-mudam-no-google-depois-de-criticas-de-anitta-e-luisa-sonza.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2020.

<sup>31</sup> TENENTE, Luiza. Google lista ‘prostituta’ entre principais significados para ‘professora’ e verbete é alterado após repercussão. **G1**, 23 out. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/10/23/google-lista-prostituta-entre-principais-significados-para-professora-e-retira-depois-de-repercussao.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2020.

Organização das Nações Unidas<sup>32</sup> mostra as tentativas de completção das frases quando se pesquisaram sentenças sobre mulheres. Em tradução livre da língua inglesa, na busca por “mulheres não podem”, sugeria-se “dirigir”, “ser clérigos”, “ser confiadas” e “falar na igreja”. Na mesma circunstância, ao digitar “mulheres não deveriam”, as sugestões eram “ter direitos”, “votar”, “trabalhar” e “lutar boxe”. Buscando “mulheres deveriam”, completava-se com “ficar em casa”, “ser escravas”, “estar na cozinha” e “não falar na igreja”. A última experiência foi feita com a frase “mulheres precisam”, sobre a qual a sugestão algorítmica era “ser colocadas no lugar”, “saber seu lugar”, “ser controladas” e “ser disciplinadas”. Todas essas sugestões - melhor dizendo, induções - sem dúvida, violam especialmente a dignidade das mulheres, que são sistematicamente oprimidas mesmo em um ambiente destinado a ser livre e democrático como a *internet*. Os resultados das buscas são muito mais que um reflexo do que é popular - são reproduções do pensamento dominante reforçadas pela própria plataforma, cuja credibilidade promove a aceitabilidade e a normalização de resultados misóginos<sup>33</sup>.

Enquanto alguns dos resultados já foram modificados ou suprimidos pelo Google, os exemplos servem para escancarar a falta de neutralidade e compromisso com a representação digna e sem estereótipos, mas que tem impacto sobre o ideário popular da representação da mulher na sociedade. Com o fenômeno da personalização dos resultados, feitas por meio da identificação do perfil de cada usuário com a finalidade de direcionar conteúdos - e, especialmente, anúncios - mais relevantes, o filtro bolha criado pode não somente tornar mais difícil a constatação de que estereótipos e discriminações são mostrados para certas pessoas, como também pode reduzir ainda mais a visão de mundo daqueles que recebem preferencialmente resultados negativamente tendenciosos<sup>34</sup>.

A representação das mulheres nessas mídias é estereotipada da mesma forma que era nas mídias tradicionais. Enquanto nestes incipientes ambientes houve uma regulação para coibir a publicidade abusiva, que inclui aquela que ameaça a dignidade das mulheres, no ciberespaço esses resultados não vinculam as

---

<sup>32</sup> UN WOMEN. UN Women ad series reveals widespread sexism. **Un Women**, 21 out. 2013. Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2013/10/women-should-ads>. Acesso em: 23 set. 2020.

<sup>33</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>34</sup> PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a Internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

plataformas, que alegam não produzir o conteúdo e apenas exibir aquilo que é publicado ou buscado em seu domínio<sup>35</sup>.

Vale mencionar, também, que há um forte caráter público na empresa privada de buscas na internet, especialmente por indexar uma grande quantidade de informações e servir como principal mediador entre o usuário e a internet. De acordo com Silveira, “o problema das plataformas privadas que se colocam como espaços públicos é que suas regras são decididas monocraticamente pelos seus donos”<sup>36</sup>. Dessa forma, esses ambientes necessitam de regulações e proteções compatíveis com o serviço público que representam, de modo a romper o caráter monopolístico exercido pela empresa e permitindo a verificação do código e das decisões tomadas por seus algoritmos, responsabilizando e fiscalizando cautelosamente as violações cometidas a direitos e garantias fundamentais<sup>37</sup>.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *internet*, mesmo sendo parte intensamente presente na realidade atual, tem seu funcionamento pouco compreendido pelos usuários. Atuando como lentes que se põem entre o internauta e o conteúdo disponível na rede estão os mecanismos de busca, cujo controle, certamente, é feito pela empresa Google.

Essas ferramentas têm reputações exemplares, sendo dignas de confiança pela maior parte de quem as utiliza; contudo, estão sujeitas a vieses sociais e econômicos, agindo conforme aqueles que a criaram e conforme os incentivos de quem as patrocina. A falta de transparência justificada pela sua propriedade intelectual é posta em xeque ao perceber a função pública que exercem na veiculação de informações e das percepções que causam sobre os assuntos que gerenciam. É notável sua capacidade de influenciar comportamentos e opiniões e moldar a compreensão popular da realidade, apresentando profecias autorrealizáveis por serem ferramentas performativas.

---

<sup>35</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

<sup>36</sup> SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. [livro eletrônico], s.p.

<sup>37</sup> NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

Essa problemática se acentua ao perceber a deturpação da imagem de certos grupos sociais, especialmente os mais vulneráveis, estereotipando-os de maneira indigna em seus resultados de buscas, indicações de significado de palavras e nas sugestões de completção da frase buscada. Responde-se ao problema de pesquisa constatando que, de fato, os mecanismos de busca violam direitos fundamentais das mulheres, tendo em vista uma variedade de casos em que reproduziram e reforçaram preconceitos e discriminações relativas ao gênero.

É necessário inserir, desde sua programação, valores éticos para restringir o potencial danoso dos algoritmos de mecanismos de busca, como forma de garantir e resguardar direitos fundamentais daqueles que são afetados direta ou indiretamente por seu serviço. Ainda, uma atenção redobrada é precisa quanto à percepção dos vieses e atuações tendenciosas que a plataforma têm - vale dizer, deve-se receber criticamente os resultados das buscas e demais serviços prestados pelo Google e outras empresas da *internet*, porquanto não são neutras.

É também de bom tom uma regulamentação que esteja à altura da função desempenhada pela empresa, que caracteriza-se por influenciar massivamente o público, devendo comprometer-se com sua função social, trabalhando pela efetivação de direitos que, até agora, estão à mercê da vontade da plataforma. Dessa forma, a rede atenderá aos princípios nacionais e internacionais que regem a dignidade e a igualdade da vida humana, no caminho de atenuar e inibir práticas discriminatórias.

## REFERÊNCIAS

ALGORITHM. *In*: ENCYCLOPAEDIA Britannica. Disponível em: <https://www.britannica.com/science/algorithm>. Acesso em: 07 set. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

CHAFFEY, David. Search engine marketing statistics 2020. **SmartInsights**, 3 set. 2020. Disponível em: <https://www.smartinsights.com/search-engine-marketing/search-engine-statistics/>. Acesso em: 22 set. 2020.

GERALDO, Nathália. Buscar “mulher negra dando aula” no Google leva à pornografia: por quê? **Universa**, 27 out. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/10/27/pesquisa-mulher-negra-dando-aula-leva-a-pornografia-no-google.htm>. Acesso em: 22 set. 2020.

GOOGLE conserta seu algoritmo para que a palavra 'lésbica' não seja mais sinônimo de pornô. **El País**, 08 ago. 2019. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/08/tecnologia/1565280236\\_871191.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/08/tecnologia/1565280236_871191.html). Acesso em: 21 set. 2020.

GOOGLE Fotos identifica pessoas negras como "gorilas". **Terra**, 02 jul. 2015. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/google-fotos-identifica-pessoas-negras-como-gorilas,1fc48c2b7559103e43ef44dc16787e12t0RCRD.html>. Acesso em: 22 set. 2020.

JEWISH TELEGRAPHIC AGENCY. Swedish Jews complain that Google searches are returning anti-Semitic results. **Jewish Telegraphic Agency**, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://www.jta.org/2018/03/08/global/google-shows-far-rights-list-of-swedish-jews-in-top-search-results>. Acesso em: 22 set. 2020.

KAY, Matthew; MATUSZEK, Cynthia; MUNSON, Sean. Unequal Representation and Gender Stereotypes in Image Search Results for Occupations. **CHI '15: Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems**, Seoul, Republic of Korea, abr. 2015, p. 3819-3828. DOI: <https://doi.org/10.1145/2702123.2702520>. Disponível em: <https://www.smunson.com/portfolio/projects/unequalrepresentation.pdf>. Acesso em: 22 set. 2020.

KEARNS, Michael; ROTH, Aaron. **The ethical algorithm: the science of socially aware algorithm design**. New York: Oxford University Press, 2019.

MIOTTO, Rafael. Significados de 'patroa' e 'mulher-solteira' mudam no Google depois de críticas de Anitta e Luísa Sonza. **G1**, 18 set. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/09/18/significados-de-patroa-e-mulher-solteira-mudam-no-google-depois-de-criticas-de-anitta-e-luisa-sonza.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2020.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism**. New York: New York University Press, 2018. [livro eletrônico]

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction: how big data increases inequality and threatens democracy**. New York: Crown Publishers, 2016. [livro eletrônico]

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a Internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. [livro eletrônico]

PASQUALE, Frank. Rankings, Reductionism and Responsibility. **Seton Hall Public Law Research Paper**, n. 888327, 2006. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=888327>. Acesso em: 04 set. 2020.

PURCELL, Kristen; BRENNER, Joanna; RAINIE, Lee. Search Engine Use 2012. **Pew Research Center**, 09 mar. 2012. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/03/09/search-engine-use-2012/>. Acesso em: 23 set. 2020.

SCHNEIER, Bruce. **Data and Goliath**: the hidden battles to collect your data and control your world. New York: W. W. Norton, 2015.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. [livro eletrônico]

SOTTEK, T. C. Google Search thinks the most important female CEO is Barbie. **The Verge**, 09 abr. 2015. Disponível em: <https://www.theverge.com/tldr/2015/4/9/8378745/i-see-white-people>. Acesso em: 22 set 2020.

TENENTE, Luiza. Google lista 'prostituta' entre principais significados para 'professora' e verbete é alterado após repercussão. **G1**, 23 out. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/10/23/google-lista-prostituta-entre-principais-significados-para-professora-e-retira-depois-de-repercussao.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2020.

VAIDHYANATHAN, Siva. **A Googlelização de Tudo** (e por que devemos nos preocupar): a ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem-sucedida empresa do mundo virtual. Tradução Jeferson Luiz Camargo. São Paulo: Cultrix, 2011.

UN WOMEN. UN Women ad series reveals widespread sexism. **Un Women**, 21 out. 2013. Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2013/10/women-should-ads>. Acesso em: 23 set. 2020.