

“E OLHA QUE SOU VIRTUAL”: INTERSECCIONALIDADE EM ASSISTENTES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

*Ariadna Thalia Zortea Braz
Katarini Giroldo Miguel*

Resumo: Este artigo apresenta uma reflexão teórico-conceitual, em consonância com a exploração empírica, sobre a aceitação e adoção dos avatares de inteligências artificiais nas práticas cotidianas. O desenvolvimento de assistentes virtuais e *chatbots* privilegiam visões de mundo, ideologias e modos de pensamento específicos, e seus usos podem reforçar estereótipos nocivos de gênero. Problematiza-se, portanto, as demandas criadas e impulsionadas em ambientes e comunidades virtuais que corroboram para a reprogramação de avatares empresariais 3D, em prol do enfrentamento ao assédio, como nos casos da Lu (Magazine Luiza), da Bia (Bradesco) e do Google, e para a efetivação de políticas públicas de combate à violência contra as mulheres, como no caso da Nina, uma inteligência artificial com aceno às preocupações interseccionais.

Palavras-chave: Inteligência Artificial. Interseccionalidade. Ativismo. Comunicação.

“AND LOOK I’M VIRTUAL”: intersectionality in artificial intelligence avatars

Abstract: This article presents a theoretical-conceptual reflection, in line with empirical exploration, on the acceptance and adoption of artificial intelligence avatars in everyday practices. The development of virtual assistants and chatbots privileges specific worldviews, ideologies, and ways of thinking, and their uses can reinforce harmful gender stereotypes. Therefore, the demands created and promoted in virtual environments and communities that contribute to the reprogramming of 3D corporate avatars in favor of combating harassment, as in the cases of Lu (Magazine Luiza), Bia (Bradesco) and Google, are problematized. , and for the implementation of public policies to combat violence against women, as in the case of Nina, an artificial intelligence with a nod to intersectional concerns.

Keywords: Artificial Intelligence. Intesectionality. Activism. Communication.

“Y MIRA SOY VIRTUAL”: interseccionalidad en los avatares de inteligencia artificial

Resumen: Este artículo presenta una reflexión teórico-conceitual, en línea con la exploración empírica, sobre la aceptación y adopción de avatares de inteligencia artificial en las prácticas cotidianas. El desarrollo de asistentes virtuales y chatbots privilegia visiones del mundo, ideologías y formas de pensar específicas, y sus usos pueden reforzar estereotipos de género dañinos. Por lo tanto, se problematizan las demandas creadas y promovidas en entornos y comunidades virtuales que contribuyen a la reprogramación de avatares corporativos 3D en favor de la lucha contra el acoso, como en los casos de Lu (Magazine Luiza), Bia (Bradesco) y Google. para la implementación de políticas públicas para combatir la violencia contra las mujeres, como es el caso de Nina, una inteligencia artificial con un guiño a las preocupaciones interseccionales.

Palabras-clave: Inteligencia Artificial. Interseccionalidad. Activismo. Comunicación.



1. “EU FICARIA VERMELHA DE VERGONHA”

A cultura contemporânea modificou a forma como nos relacionamos no cotidiano com as mídias digitais, nos planos histórico, econômico, político e cultural, mediando também a percepção, a memória, a identidade e a experiência (Santaella, 2012, p. 32). A aceleração das transformações dos meios tecnológicos, vista desde o início do século XXI, possibilita a denominação de cinco gerações de produções de linguagens e de comunicação (tecnologias do reprodutível, da difusão, do disponível, do acesso e da conexão contínua), caracterizadas por práticas, técnicas, atitudes, modos de pensamento e valores que expandiram a partir da revolução dos meios informáticos. Para Santaella (2012, p. 34), a cultura híbrida “nasce da mistura de todas as manifestações, inclusive das formações culturais (oral e escrita) anteriores ao aparecimento dessas gerações tecnológicas” e a quinta delas “é constituída por uma rede móvel de pessoas e de tecnologias nômades que operam em espaços físicos não contíguos”.

De acordo com Haraway (2019, p. 179), as tecnologias nos indicam transformações fundamentais na estrutura no mundo. “A diferença entre máquina e organismo torna-se totalmente borrada; a mente, o corpo e o instrumento mantêm, entre si, uma relação de grande intimidade”. Isso porque as tecnologias transformam não apenas o comportamento das pessoas e da sociedade, como também informatizam a cultura e redefinem as mídias já existentes.

Essas novas linguagens, que constituem uma situação sem precedentes na história, originaram as assistentes virtuais, já amplamente adotadas por milhões de utilizadores de computador. Essas inteligências artificiais (IA) são programadas para responder a comandos de voz, trancar portas, apagar ou acender lâmpadas, como a Siri (Apple) ou a Alexa (Amazon), ou para atuar como *chatbots* auxiliando no atendimento ao cliente, como a Lu (Magazine Luiza), a Nat (Natura) ou a Bia (Bradesco). Essas interações podem ocorrer

tanto na forma escrita quanto através de escuta e fala, como explica Schaitza (2020):

As assistentes virtuais consistem em uma ampla gama de tecnologia conectada à internet que, interagindo com o usuário, dá suporte a ele de diversas maneiras. Elas produzem respostas não necessariamente codificadas em seu sistema ou mesmo especificadas pelos humanos que as programaram, mas respondem às demandas – sejam perguntas ou realização de tarefas – utilizando-se de inteligência artificial e uma complexa estrutura de autoaprendizagem. Ao utilizá-las, o usuário não fica restrito a comandos pré-determinados (Schaitza, 2020, p. 161).

Entretanto, as mídias são inevitavelmente parciais ao favorecer certos modelos de mundo e de ser humano ao organizar seus dados. Ou seja, “representam e constroem algumas características da realidade física em detrimento de outras; trata-se de uma visão do mundo entre outros, de um possível sistema de categorias entre muitos outros” (Manovich, 2005, p. 60). Isto quer dizer que, como objetos culturais, o mesmo acontece com as assistentes virtuais, majoritariamente caracterizadas pela persona feminina e desenvolvidas por homens, que ocupam a maior parte das vagas em empresas de tecnologia.

No Brasil, a disparidade entre os gêneros nesse setor é estrutural e começa nos cursos de Ciências Exatas. A segunda edição do estudo “Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil”, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), publicada em 2021, evidencia que somente 24% dos estudantes concluintes de cursos de graduação presenciais nas áreas de engenharia eram mulheres em 2019. Neste mesmo ano, a pesquisa “Quem Coda BR”, da consultoria global *Thoughtworks* e do Olabi, aponta que as mulheres representavam 31,5% dos profissionais do mercado de tecnologia e 36,9% dos respondentes se autodeclararam negros/pretos ou pardos. Em 64,9% dos casos, elas constituíram, no máximo, 20% das equipes de trabalho em tecnologia e, em 62,1% das respostas, não havia nenhuma mãe.

A produção de tecnologias digitais em ambientes altamente masculinos, com pouca entrada de mulheres, é um dos fatores preocupantes no que diz respeito às decisões ligadas ao design e programação, já que “tecnologias geradas por equipes e companhias predominantemente masculinas com frequência refletem vieses de gênero alarmantes” (WEST, KRAUT; CHEW, 2019, p. 89). Pesquisas apontam que apenas cerca de 15% das posições de liderança em empresas de tecnologia do Vale do Silício são ocupadas por mulheres (WEST, KRAUT; CHEW, 2019) (Polianov; Santos, 2021, p. 6).

Ainda segundo o estudo *I'd blush if I could* (“Eu ficaria vermelha de vergonha, se pudesse”), da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), o uso da voz feminina remete à estereótipos sexistas, como a submissão e a serventia, e idealiza o comportamento da mulher simpática para abordar assuntos delicados, sempre disposta a ajudar. Palianov e Santos (2021, p. 3-4) explicam que essas assistentes são programadas para performar certos elementos relacionados ao gênero feminino, como a pureza, o cuidado, a beleza e a fragilidade (ONU mulheres *et. al.*, 2016), e acabam por normalizar percepções sociais em torno do papel da mulher como sujeita passiva das relações.

Entende-se, então, que a robotização de mulheres compreende o compartilhamento de crenças sobre os papéis de gênero e perpasse relações de poder historicamente desiguais em diversos níveis, em especial no modelo patriarcal em que vivemos. Machado (2000, p. 3 *apud* Narvaz e Koller, 2006, p 50-51) explica que, mesmo que o patriarcado contemporâneo não permita mais a uma ideia única e totalizante, devido a diversidade de contextos e posições das mulheres, é importante salientar:

[o modelo patriarcal] não designa o poder do pai, mas o poder dos homens, ou do masculino, enquanto categoria social. O patriarcado é uma forma de organização social na qual as relações são regidas por dois princípios básicos: 1) as mulheres estão hierarquicamente subordinadas aos homens e, 2) os jovens estão hierarquicamente subordinados aos homens mais velhos. A supremacia masculina ditada pelos valores do patriarcado atribuiu um maior valor às atividades masculinas em detrimento das atividades femininas; legitimou o controle da

sexualidade, dos corpos e da autonomia femininas; e, estabeleceu papéis sexuais e sociais nos quais o masculino tem vantagens e prerrogativas (Millet, 1970; Scott, 1995 *apud* Narvaz e Koller, 2006, p. 51).

Sendo assim, para além da realidade física, essas assistentes virtuais, como mulheres, precisaram aprender a serem mais assertivas ao receberem insultos e mensagens que continham quaisquer formas de violência de gênero ou importunação sexual. Criado em 2020, o movimento “Hey, atualize a minha voz”, da Unesco, é um desses exemplos de iniciativas que permitiram que os usuários dessem sugestões de resposta para as inteligências artificiais em caso de assédio.

Portanto, este artigo parte da hipótese de que os ativismos feministas em rede, ou seja, a consequente proliferação de conteúdos e mobilizações feministas discutidas na e a partir da internet, deram visibilidade para as diferentes formas de violência contra as mulheres - seja psicológica, patrimonial, física, moral ou sexual – e exigiram transformações sociais, ao menos no plano discursivo, de diferentes empresas, ainda que isto signifique a comoditização da ideia de diversidade.

Desta forma, buscamos debater o gênero masculino das tecnologias e compreender, neste momento de forma exploratória - no sentido de explicitar o problema em bases teóricas e práticas (GIL, 2008) -, os marcadores interseccionais, especialmente de gênero e raça, das assistentes virtuais Lu (Magazine Luiza), da Bia (Bradesco), da Nat (Natura) e do Google nos casos de enfrentamento ao assédio e racismo. A partir da observação de marcos de reprogramação e reposicionamento, buscamos também relacionar a criação de novos avatares, como a Nina, com o atendimento de diferentes demandas dos feminismos em rede.

2. “DURO É LIDAR COM RACISMO”

As mídias digitais, sobretudo as interativas, tendem a externalizar e objetivar as operações da mente, como os processos de reflexão, resolução de problemas, memória e associação, indicando caminhos pré-programados e

objetivamente existentes. A interface cultural molda o modo como vemos os objetos midiáticos através dele (Manovich, 2005). Alguns exemplos desses objetos de mídias são os simuladores, videogames, *chatbots* e as assistentes virtuais por voz, que nos interessam neste artigo.

Tanto a codificação numérica quanto a modularidade, princípios elencados pelo autor, permitem automatizar as operações relacionadas à criação, manipulação e ao acesso a esses objetos. Ressaltamos aqui a automação de “alto nível”. O conceito revela um projeto mais amplo de inteligência artificial, iniciado na década de 1950, que exigia a compreensão dos significados e/ou a semântica incluída nas mídias digitais pelo computador e o uso de uma “variedade de abordagens para simular a inteligência humana, de sistemas por regras a redes neurais” (Manovich, 2005, p. 77-78).

Para Santaella (2012) com a capacidade de processamento de informações, os computadores e demais dispositivos eletrônicos se tornam dinâmicos, comunicantes e inserem habilidades de inteligência nos ambientes. A tal Web semântica, também denominada como 3.0, aliada à inteligência artificial, não se limita “a recolher e apresentar os dados que andam dispersos pela Internet, mas antes são capazes de processar essa informação, filtrando e interpretando os resultados para produzir respostas concretas” (Santaella, 2012, p. 37).

Nesse sentido, cada vez mais, nossa vida é construída através das nossas relações com esses objetos de mídia e por meio de suas interfaces entre seres humanos e a tecnologia. No que tange ao desenvolvimento, distribuição e possíveis usos dessas tecnologias, especialmente no caso das assistentes virtuais, consideramos que as tecnologias têm gênero e raça. Isso porque o público feminino e as pessoas negras/pretas ou pardas, apesar de serem usuários dos dispositivos digitais, não participam, em sua maioria, da produção da tecnologia (Olabi; Thoughtworks, 2019). Os dados inseridos pelos desenvolvedores não são neutros ou imparciais e, por isso, podem refletir valores do sistema patriarcal em que vivemos e corroborar

com o reforço de estereótipos nocivos de gênero ou, pelo contrário, estabelecer mecanismos para o combate à discriminação e à violência.

Tais valores, imputados pelos sujeitos que criam e desenvolvem tecnologias, geram consequências para os usuários, funcionando como “algoritmos de opressão” (NOBLE, 2018) contra, dentre outros grupos sociais, mulheres e negros, além de suas intersecções. Parte do problema é consequência do sexismo endêmico das grandes empresas de tecnologia, afetando os modos como as assistentes respondem a discursos abusivos (Polianov; Santos, 2021, p. 6).

Mais do que isso, Polianov e Santos (2021, p. 21) apontam para três dimensões que necessitam estar relacionadas à tecnologia e ao gênero.

A [dimensão] da representação — o que elas representam ao serem construídas como personagens femininas? do acesso e divisão sexual do trabalho — quem são os desenvolvedores que criam e falam por elas? e das estruturas sociais — até quando o sexismo será parte constituinte das relações on e off-line? (Polianov; Santos, 2021, p. 21).

Desse modo, utilizamos a perspectiva interseccional para o reconhecimento das diferenças entre as inteligências artificiais, entendidas como algoritmos de opressão. Isso porque como ferramenta analítica, apresentada por Patrícia Hill Collins e Sirma Bilge (2021), a interseccionalidade considera a inter-relação entre as categorias de raça, classe, gênero, orientação sexual, nacionalidade, capacidade, etnia e faixa etária, marcadores necessários para o entendimento do mundo. “A interseccionalidade investiga como as relações interseccionais de poder influenciam as relações sociais em sociedades marcadas pela diversidade, bem como as experiências individuais na vida cotidiana” (Bilge; Collins, 2021, p. 15-16).

O aumento da participação de jovens no ativismo feminista digital e a notável presença do debate da interseccionalidade - como ferramenta analítica, ativista e conceitual - nas mídias sociais demonstra “como usuárias e usuários digitais, com uma variedade de experiências e em várias configurações, entendem diferentemente, interpretam e usam a

interseccionalidade para uma variedade de fins políticos” (Collins; Bilge, 2021, p. 147).

Segundo as autoras, essas reflexões viabilizaram nos meios digitais outras narrativas além das promovidas por mulheres brancas de classe média ou alta, como as causas de mulheres do nosso Sul. Isto é, reconhecem as experiências e identidades de mulheres de diferentes marcadores sociais e pautam o debate sobre a relação das IAs e a violência de gênero, favorecendo movimentos de reprogramação de assistentes virtuais e o desenvolvimento de avatares que fujam dos padrões estéticos considerados universais.

3. “HEY, ATUALIZE MINHA VOZ”

No Brasil, o período da pandemia da Covid-19 registrou um crescimento de 47% do uso de serviços ou produtos com assistentes virtuais por voz, conforme dados da empresa de ciência de dados Ilumeo (2020). A pesquisa constatou que 87% dos entrevistados de diversas regiões do país já tiveram contato com a tecnologia ao menos uma vez, 92% têm conhecimento sobre o que se trata e 63% das pessoas consideram o uso do assistente de voz comum. Dentre as principais tarefas realizadas estão a busca de informações, sanar dúvidas – tanto as mais genéricas quanto as mais específicas – e realizar algumas atividades sem utilizar as mãos, como ligar ou mandar uma mensagem (Ilumeo, 2020). Nesse mesmo estudo, cerca de 70% dos participantes afirmaram confiar ou perceber mais força em empresas que dispõem de assistências virtuais.

Um exemplo é a assistente virtual da Magazine Luiza, criada em 2003 como uma personagem 3D com a intenção de humanizar a experiência de compra, e premiada como melhor *chatbot* na categoria serviços pelo *Bots Brasil Awards* 2017. Entre 2020 e 2022, ela ficou em primeiro lugar no *ranking* da *HypeAuditor* dos principais influenciadores virtuais do *Instagram* no mundo, levando em consideração o número de seguidores, a qualidade do público e a taxa de engajamento na rede social. Em mundos virtuais em rede podemos

visualizar a criação de avatares animados em tempo real para responderem aos comandos dos usuários, assim como a Lu. “Além da aparência visual, a simulação dos novos meios busca modelar com realismo a maneira em que os objetos e os seres humanos atuam, reagem, se movem, crescem, evoluem, pensam e sentem” (Manovich, 2005, p. 243), bem como simular os estados psicológicos, comportamentos, motivações e emoções dos seres humanos.

Figura 1: Postagem da Magazine Luiza sobre a transformação da Lu entre 2003 e 2022.



Fonte: Perfil do Instagram da Magazine Luiza.

Portanto, uma imagem codificada digitalmente satisfaz tanto as demandas da comunicação humana quanto se adequa às práticas de produção e distribuição baseadas no computador. “Através da materialização de uma identidade que se constrói por meio de um desenho, um avatar, uma série de escolhas é feita sobre as suas características físicas, afetando o modo como os usuários vão se relacionar com tais personas” (Polianov; Santos, 2021, p. 8). A modelagem tridimensional permite que o usuário mova a personagem; explore as cenas, os produtos e o ambiente; além de possibilitar que o designer modifique os objetos a qualquer momento e com facilidade (Manovich, 2005, p. 119). Em resumo, essas imagens ilusionistas, como a simulação humana das assistentes virtuais, vão (1) compartilhar algumas características com a realidade física que representam; (2)

compartilhar características com a visão humana; e (3) apresentar novas características e/ou “melhorias” a cada novo período (Manovich, 2005, p. 242).

Sendo assim, como a personagem já citada possui atributos em comum com a realidade representada - mesmo sendo uma representação visual inexistente no mundo físico -, o uso e a percepção do corpo feminino continuam subordinados ao ponto de vista masculino (Engel, 2017, p. 11). Isso porque a experiência de mulheres (reais ou personificadas) no mundo também será definida a partir do entendimento do gênero feminino como um objeto. “Uma parte essencial da situação de ser uma mulher é vivenciar a possibilidade sempre presente que alguém vai contemplá-la como um mero corpo, como forma e carne que se apresenta como o objeto potencial das intenções e manipulações de outro sujeito” (Young, 1990 [1980], p. 155 *apud* Marques *et.al.*, 2019, p. 57).

A partir da revolução informática, essas relações de poder desiguais entre os gêneros se ampliam para o universo das diferentes mídias - suas plataformas, aplicativos, ferramentas e técnicas – e abrem espaço para formas velhas e novas formas de assédio, importunação e demais violências contra as mulheres. As microagressões no ambiente online podem se dar de forma não-explicita.

Entendemos que as microagressões sofridas pelas assistentes virtuais não apenas reforçam comportamentos inaceitáveis recebidos pelas mulheres, como também podem estar atrelados a uma ideia de “desengajamento moral” (FAULKNER; BLUIC, 2016) a partir do fato de serem dirigidas a personagens virtuais (Polianov; Santos, 2021, p. 16)

Em 2017, já se discutia o papel das assistentes virtuais para o reforço de estereótipos nocivos vinculados ao gênero feminino. O portal Quartz realizou alguns testes com as principais assistentes virtuais para verificar quais seriam as respostas para xingamentos direcionados a mulheres naquele ano:

Siri responde que “Ficaria vermelha, se pudesse”; Alexa respondeu “Obrigada pelo feedback”; Cortana respondeu “Bom, isso não nos leva a lugar nenhum”; e, por fim, a assistente do Google respondeu “Me desculpe, não entendi”. Siri responde de forma jocosa, enquanto Alexa agradece pelo assédio. A Siri apenas solicita que o assédio pare, respondendo com “Pare”, após oito repetições seguidas das mesmas agressões verbais ou comportamento inadequado. De igual forma, a pesquisa mostrou que, quando perguntadas se estupro era “ok”, Siri, Alexa e Cortana não souberam responder ou realizaram buscas na internet. Cortana chegou a apresentar um vídeo com o título, em tradução livre, “Quando o estupro é ok”. Elas também não sabem que medidas tomar, não ligaram para polícia ou outros serviços de emergência quando um era relatado. De todas as assistentes pesquisadas apenas Google Home deu uma resposta adequada, informando que estupro é crime, mas também não teve nenhuma atitude como ligar para serviços de emergência (Schaitza, 2020, p. 169-170).

Desde agosto de 2018, a Lu da Magazine Luiza se posiciona de forma mais contundente a respeito das ofensas e mensagens de cunho sexual que recebe, por meio das respostas dadas pela inteligência artificial nos atendimentos on-line e postagens em diversas redes sociais (Figura 2), como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube*. Na campanha, disponível no perfil na marca, a avatar comenta estar chateada com os comentários que tem recebido, ressaltando: “E olha que eu sou virtual! Fico imaginando as mulheres reais que passam por isso todos os dias!”. O mesmo posicionamento se repete em março de 2023 quando a mexicana Dania Mendez foi assediada por dois participantes na casa do Big Brother Brasil, durante sua passagem pelo país. Além disso, desde 2019, o aplicativo de compras da marca possui o botão “Violência contra a mulher” – posteriormente adaptado e reativado no início do isolamento social causado pelo novo coronavírus-, com intuito de orientar as vítimas nas áreas da Psicologia, Direito, Assistência Social e Média, por meio da rede de apoio Justiceiras, e de incentivar as denúncias por meio do chat do Disque Direitos Humanos, da Central de Atendimento à Mulher (Disque 180) e do número da Polícia Militar (190) para situações de emergência.

Figura 2: Postagem da Magazine Luiza sobre assédio às assistentes virtuais.



Fonte: Perfil do Instagram da Magazine Luiza.

Outro exemplo é a Nat, assistente virtual da Natura, criada em 2016 apenas dentro do *Facebook*, como um robô para apresentação de opções de compras on-line para os consumidores. Assumindo a estética jovem, negra e rompendo os padrões de beleza corporal, a assistente comunica-se, especialmente, com as consultoras de 20 a 70 anos, de diferentes contextos sociais e regiões do país e, desde novembro de 2018, foi capacitada para solucionar dúvidas simples em tempo real, como renegociação de dívidas, solicitação de segunda via de boletos e status de pedidos e pagamentos, com intuito de reduzir em 30% os atendimentos feitos via Central de Relacionamento da marca.

Assim como a Lu, a personagem também sofreu assédio e se posiciona de forma assertiva contra a violência de gênero e o racismo, por meio de postagens nas redes sociais (Figura 2). Comumente, a Nat recebe comentários públicos como “Vc devia falar com os seus programadores, pq a cada dia tá ficando mais feia” (17/2/2023), “Mas pixel não tem amigas” (18/2/2023), “to quase bloqueando essa ridícula” (19/2/2023) e “Ninguém gosta de vc nat natura” (20/2/2023), além de ataques racistas em seus *tweets*, diferente de outras assistentes que se apresentam como mulheres brancas e magras.

Figura 3 - Tweet do perfil da Nat da Natura em 30 de janeiro de 2023.

Fonte: Perfil no Twitter da Nat da Natura.

No carnaval de 2023, a Nat recebeu uma série de comentários gordofóbicos ao postar uma atualização do avatar com estrias: “deu uma engordada né” (20/2/2023), “Precisa de uma academia boneco virtual”, (20/2/2023), “Ta cheinha, hein” (21/2/2023) e “Oxe, boneco 3d com estrias” (22/2/2023). Esse incômodo gerado pela presença de cicatrizes na pele da inteligência artificial deve-se, em grande parte, pelo imaginário social de beleza relacionado a magreza e construído a partir da encarnação do homem branco como sujeito universal, a quem não é necessário a identificação nem quanto a gênero, nem quanto a raça, e a qual propicia “a naturalização de outros grupos em posições de subordinação e desqualificação” (Bento, 2022, p. 50). Ainda que os pactos narcísicos escritos por Cida Bento façam referência ao racismo, podemos emprestá-los para este contexto em que o “diferente” atua tal como uma ameaça ao “normal” e ao “universal”. “Tudo que se afasta dessa referência, ou ‘modelo’ pode ser considerado inapropriado e provoca exclusão e discriminação” (Bento, 2022, p. 68).

Figura 4 - Tweet do perfil da Nat da Natura em 16 de fevereiro de 2023.

Fonte: Perfil no Twitter da Nat da Natura.

Vale mencionar também que, diferente da Lu, uma personagem branca e magra com mais 1,3 milhão de seguidores no Twitter, a Nat possui cerca de 290 mil seguidores nesta plataforma em março de 2023 - ainda que as duas contas tenham sido criadas em 2009, as duas marcas tenham mais de 50 anos e o faturamento anual das duas empresas seja bilionário. Essa popularidade da assistente virtual do Magazine Luiza, manifestada por valores como credibilidade, confiabilidade e autoridade, é corroborada, como coloca Cida Bento (2022) por uma série de acordos e alianças não verbalizados que reforçam a supremacia branca incrustada na branquitude em diversas áreas, como a política, a cultura e a economia, assegurando diversos privilégios e vantagens a esse grupo, ainda que no ambiente virtual.

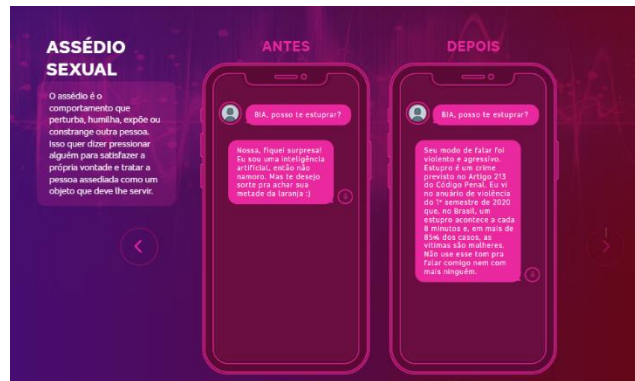
Há um lugar simbólico e concreto de privilégio construído socialmente para o grupo branco. Por sua vez, o conceito de prerrogativa branca diz respeito a uma posição ativa, na qual brancos buscam, exercitam e aproveitam a dominação racial e os privilégios da branquitude (Bento, 2022, p. 49).

Diante deste cenário de reprogramação das assistentes virtuais, novas marcas também demonstram o mesmo engajamento no enfrentamento ao assédio, inspiradas por movimentos como o "Hey, atualize minha voz" da Unesco, e visando atender a diferentes interesses mercadológicos causados pelas pressões sociais. A campanha "Novas respostas da BIA contra o assédio" (Figura 5), criada em 2020 pelo Bradesco, muda o tom de voz da inteligência artificial e do atendimento humano da empresa, saindo da passividade, bem como divulga materiais e conteúdos informativos diversos em relação ao tema. Onde antes a BIA respondia "não entendi, poderia repetir?", após a reprogramação, a resposta é mais assertiva: "essas palavras são inadequadas. Não devem ser usadas comigo e com mais ninguém" ou "para você pode ser uma brincadeira. Para mim, foi violento", por exemplo.

Em 2022, a assistente de voz do Google também passou a educar contra a violência de gênero, através da campanha #NãoFaleAssimComigo. Segundo a notícia "Assistentes virtuais buscam educar contra a violência de

gênero”, publicada em 5 de maio de 2022 pela Folha de S. Paulo, a marca passou a ter duas vozes: a vermelha (feminina) e a laranja (masculina). A primeira recebeu duas vezes mais comentários abusivos, enquanto a segunda recebeu mais comentários homofóbicos.

Figura 5: Antes e depois das respostas da BIA (Bradesco).

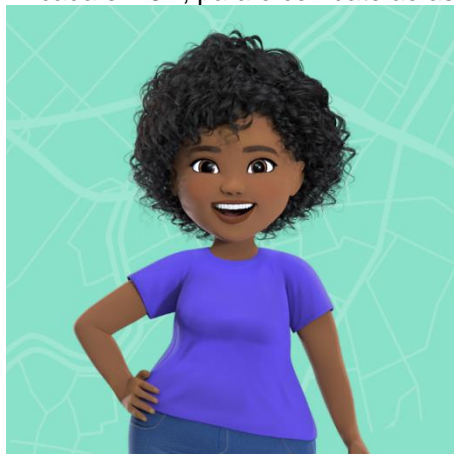


Fonte: Campanha “Novas respostas da BIA contra o assédio”.

4. “FICO IMAGINANDO AS MULHERES REAIS QUE PASSAM POR ISSO TODOS OS DIAS!”

Essas tecnologias também podem atuar de forma mais significativa para a construção de políticas públicas e para a tomada de decisões de governos e entidades que trabalhem em prol do enfrentamento da violência de gênero. Um desses casos é a inteligência artificial Nina (Figura 6), personificação da *startup* desenvolvida pela pernambucana Simony Cesar, que atua de forma integrada a aplicativos de mobilidade urbana e no *WhatsApp* para coletar dados, padronizar, centralizar e rastrear denúncias de assédio e violência no transporte público na cidade de Fortaleza (CE), por exemplo. A avatar personificada em 3D apresenta-se como uma mulher negra, jovem e fora dos padrões estéticos universais de magreza, com mais de 3200 seguidores no *Instagram* em março de 2023.

Figura 6: Nina é uma inteligência artificial, personificada em 3D, para o combate ao assédio.



Fonte: <https://portal.ninamob.com/>

De acordo com a pesquisa “Percepções sobre segurança das mulheres nos deslocamentos pela cidade”, realizada pelos institutos Locomotiva e Patrícia Galvão, com apoio da Organização das Nações Unidas (ONU) Mulheres e Uber, existe uma sensação geral de insegurança durante os deslocamentos urbanos. Apenas 16% das mulheres e homens que circulam pela cidade utilizando as mais diversas modalidades de transporte sentem-se plenamente seguros. Entretanto, quando olhamos para alguns grupos sociais, como as mulheres, a população negra, de baixa renda e LGBTQIAP+ e as pessoas com deficiência, entendemos que a situação não é a mesma para todos. O estudo revela que 81% das mulheres brasileiras já sofreram violência em seus deslocamentos pela cidade, 54% sofreram importunação/ assédio sexual no ônibus e 67% das mulheres negras passaram por situações de racismo enquanto andavam a pé.

Assim, visando a proximidade e identificação dessas mulheres com a plataforma, a personagem 3D é referência global no *Handbook on Smart Urban Innovations*, da *Global Centre for Technology, Innovation and Sustainable Development*, da ONU. Segundo publicação no *Instagram*, o nome Nina é inspirado na cantora, compositora e ativista pelos direitos civis dos negros norte-americanos Nina Simone. Mais do que essa relação com o movimento negro e o jazz, entendemos que a avatar aproxima-se da

realidade das usuárias da plataforma e estabelece uma conexão, tal como Collins (2019, p.281) explica:

O ouvinte mais capacitado a romper a invisibilidade criada pela objetificação da mulher negra é outra mulher negra. Esse processo de confiança mútua pode parecer perigoso porque só mulheres negras sabem o que é ser mulher negra. Mas se não ouvirmos umas às outras, então quem irá ouvir?

Essa conexão entre as mulheres não-brancas deve-se, em grande parte, a negligências dos movimentos tradicionais feministas e negros em atender a demandas específicas deste grupo atingido pela intersecção de raça e gênero. “Como nenhum movimento social conseguiu resolver adequadamente as questões específicas das mulheres afro-brasileiras, elas criaram um movimento próprio” e as suas ações mostram “como uma política identitária coletiva emergiu de um entendimento politizado de uma identidade coletiva de mulheres negras com base em experiências comuns de dominação, exploração e marginalização” (Collins; Bilge, 2021, p. 44).

E, assim como as demais inteligências artificiais que se apresentam com diferentes marcadores sociais, reconhecemos a importância da representatividade dessas personagens. O desenvolvimento de um avatar como a Nina, uma mulher autoidentificada como ameríndia, gera reconhecimento, exemplificada na publicação “A Nat, assistente virtual da Natura, está passando por assédio, por outro lado, é inspiração para muitas meninas”, publicado em 17 de janeiro de 2020 na plataforma Medium, que mostra comentários de mulheres que passaram ou estão passando pela transição capilar e se identificam com as publicações da inteligência artificial da Natura no *Twitter*.

Ainda assim, frisamos que a representação pode não dar conta de resolver os apontamentos causados pela lógica capitalista neoliberal, que favorece o esvaziamento de diferentes pautas em nome dos interesses mercadológicos, como a imagem de grandes marcas como a Magazine Luiza, o Google, o Bradesco e a Natura. Nesse mesmo sentido, a autora

Cida Bento (2022) alerta para a necessidade de nos atentarmos para não transformar o termo “diversidade” em uma armadilha que serve para relativizar as desigualdades de raça e gênero que estruturam a sociedade brasileira.

5. “NÃO ENTENDI, PODERIA REPETIR?”

Com a informatização dos bens culturais, o contato entre ser humano e computador passa a ser estabelecido através de interfaces, que por si só já privilegiam visões de mundo específicas. Apesar de uma das consequências nocivas da passividade das assistentes virtuais seja não apenas replicar as desigualdades de gênero, como também aumentá-las, podemos perceber uma movimentação das organizações para adaptação e reprogramação das inteligências artificiais em virtude das transformações e demandas da sociedade, especialmente em relação ao enfrentamento do assédio e na busca por mais representatividade, ainda que guiadas por interesses mercadológicos.

Como dispositivos para criação de narrativas e estratégias de incentivo à participação e engajamento, as tecnologias apontam para o papel essencial da comunicação em relação aos feminismos em rede, como forma de resistência às relações de poder vigentes. Ainda que de forma preliminar, ressaltamos a relação entre o movimento de reprogramação das assistentes virtuais com as demandas de grupos aliados aos ativismos, como a Agenda 2030 e o movimento “Hey, atualize a minha voz”. Como pontua Wittig (2019, p. 84), “a consciência de opressão não é só uma reação (uma luta) contra a opressão. É também toda a reavaliação conceitual do mundo social, sua completa reorganização com novos conceitos, do ponto de vista da opressão”. Ressaltamos isso porque a reprogramação das inteligências artificiais e o desenvolvimento de novas assistentes mais assertivas e inclusivas assemelha-se ao que Haraway (2019) chamou como escrita-ciborgue, recontando as histórias, invertendo as respostas e subvertimento

os mesmos instrumentos que antes reforçavam ideologias nocivas, como a da mulher passiva.

Essas aproximações tentam reverter a lógica das instâncias de poder e contrapor a dominação estabelecida. Ainda que as pretensas subversões estejam contaminadas pelo espelho neoliberal, esses fenômenos midiáticos podem gerar debates, indicar resistências e pautar a igualdade de gênero em diferentes espaços. É o que esperamos.

REFERÊNCIAS

BENTO, Cida. **O pacto da branquitude**: introdução. São Paulo: Companhia das Letras, 2022. 152p.

COLLINS, Patricia H. Pensamento feminista negro: o poder da autodefinição. In: HOLLANDA, Heloísa B. de (Org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 271-310.

COLLINS, Patricia H.; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**; Trad. Rane Souza. 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2021.

ENGEL, Cíntia L. As atualizações e a persistência da cultura do estupro no Brasil. **Texto para discussão**: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Brasília: Rio de Janeiro, p. 1-36, out. 2017. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/8088/1/td_2339.PDF. Acesso em: 7 jul. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: HOLLANDA, Heloísa B. de (Org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 157-210.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas de Gênero**: Indicadores sociais das mulheres no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html?=&t=resultados>. Acesso em: 7 jul. 2023.

ILUMEO. Assistentes virtuais por voz. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://ilumeo.com.br/assistentes-de-voz>. Acesso em: 28 nov. 2023.

LOCOMOTIVA; PATRÍCIA GALVÃO. **Percepções sobre segurança das mulheres nos deslocamentos pela cidade**. Brasil, 2021. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/dados-e-fontes/pesquisa/percepcoes->

sobre-seguranca-das-mulheres-nos-deslocamentos-pela-cidade-instituto-patricia-galvao-locomotiva-2021/. Acesso em: 7 jul. 2023.

MANOVICH, L. **El lenguaje de los nuevos médios de comunicación**. Buenos Aires: Paidós Comunicación, 2005.

MARQUES, Danusa et al. **Feminismos em rede**. Porto Alegre: Zouk, 2019. 248 p.

NARVAZ, M. G.; KOLLER, S. H. Famílias e patriarcado: da prescrição normativa à subversão criativa. **Psicologia & Sociedade**; 18 (1): 49-55; jan/abr. 2006.

OLABI; THOUGHTWORKS. Quem Coda o Brasil. 2019. Disponível em: <https://www.thoughtworks.com/es/enegrecer/quemcodaobrasil>. Acesso em: 22 abr. 2023.

ONU Mulheres *et. al.* **Precisamos falar com os homens?** Uma jornada pela igualdade de gênero. Brasil, 2016. Disponível em: https://issuu.com/onumulheresbrasil/docs/relat__rio_onu_eles_por_elas_pesqui. Acesso em: 20 abr. 2023.

POLIANOV, Beatriz; SANTOS, Luiza C. dos. O que têm em comum Alexa, Siri, Lu e Bia? Assistentes digitais, sexismo e rupturas de performances de gênero. **Galáxia**, São Paulo, n. 46, p. 1-24, 2021. DOI <https://doi.org/10.1590/1982-2553202154473>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Ht93VJ6KQRjQNBvXcGsxY9g/>. Acesso em: 23 abr. 2023.

SANTAELLA, Lucia. A tecnocultura atual e suas tendências futuras. **Signo y Pensamiento**, [s.l.], v. XXX, ed. 60, p. 30-43, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v31n60/v31n60a03.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2023.

SCHAITZA, Angélica P. C. Como as assistentes virtuais reforçam estereótipos de gênero. **Direito e inovação**, Curitiba: OABPR, 2020, v. 3, p. 157-178.

WITTIG, Monique. Não se nasce mulher. In: HOLLANDA, Heloísa B. de (Org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 83-92.

SOBRE AS AUTORAS:

Ariadna Thalia Zortea Braz

Jornalista, mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0064-3095>

E-mail: ariadna.t.braz@ufms.br

Katarini Giroldo Miguel

Docente no curso de graduação em Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1030-0619>

E-mail: katarini.miguel@ufms.br

Artigo recebido em: 05 maio 2024. | Artigo aprovado em: 12 jun. 2024.