

## Visibilidade da Mídia Negra em ambiente digital por meio das mediações algorítmicas<sup>1</sup>

Adriano Batista Rodrigues<sup>2</sup>  
Marília Gabriela Gomes Fechio<sup>3</sup>

**RESUMO:** temos como proposta de artigo discutir e analisar questões de visibilidade, e mediações algorítmicas da mídia negra em ambiente digital. A mídia que usaremos como objeto de estudo é a Revista Afirmativa, que hoje utiliza duas tecnologias publicadoras, uma em formato PDF (*Portable Document Format*) e a outra é um CMS (*Content Management System* ou Sistema de Gerenciamento de Conteúdo) Wordpress. O artigo está dividido em três partes: a primeira fizemos um breve levantamento histórico sobre a mídia negra; na segunda, abordamos a importância da mídia negra em ambiente digital, os pontos-chave que caracterizam a mídia digital e como podemos tirar proveito disso; por fim, na terceira parte, destrinchamos os conceito de visibilidade a partir de John B. Thompson e de mediações algorítmicas, por meio do mapa de medições algorítmicas a partir das proposições de Jesús Martín-Barbero.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídia negra; visibilidade; mediações algorítmicas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizada na Univali - Universidade do Vale do Itajaí, em Balneário Camboriú - SC, de 03 e 06 de setembro de 2024

<sup>2</sup> Professor de graduação nos cursos de Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Jornalismo e Rádio, TV e Internet na Faculdade Casper Líbero, Professor de Pós-graduação no curso de arquitetura da informação: design de interação digital da UNIFAI - Centro universitário Assunção, Doutorando em Comunicação e Práticas do Consumo pelo PPGCOM-ESPM, membro do grupo de Pesquisa Juvenália (ESPM), Influcom (USP) e bolsista CAPES Integral. E-mail: abrodrigues@casperlibero.edu.br

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação e Práticas do Consumo pelo PPGCOM-ESPM e pesquisadora do grupo CNPq Juvenália, bolsista Prosup-CAPES e-mail: mariliaggf@gmail.com.

## INTRODUÇÃO

Há mais de 190 anos, a mídia negra brasileira vem atuando para fazer com que suas vozes sejam ouvidas, sua ideia e seus ideais sejam defendidos e propagados. Todas as mídias que viveram da era dos impressos e que circulam até hoje, passaram por um processo de convergência (JENKINS, 2009) que mudou não apenas o suporte da publicação, mas também mudou a forma de fazer trabalhos jornalísticos. Passaram dos papéis para os pixels, das tintas gráficas para códigos cromáticos, do tato para a virtualidade.

O que pretendemos com este artigo, é discutir, conceituar e analisar a visibilidade da mídia negra em ambiente digital, buscando entender questões de como as mediações algorítmicas ajudam ou atrapalham a entrega das narrativas negras para seus leitores. Para isso, usaremos o mapa de mediações algorítmicas, apresentadas por Winkes & Longhi.

Para discutirmos esses assuntos, buscamos como objeto de pesquisa a Revista *Afirmativa* (revista online), que surgiu em 2014 e está atuante até hoje. A escolha deste *corpus* foi devido a minha pesquisa de doutoramento, que busca investigar a visibilidade da mídia negra. Este é o primeiro registro que fazemos sobre em artigo com esta temática.

Como objetivos gerais, buscaremos definir a mídia digital e a mídia negra. Para ajudar a conceituar a mídia digital, usaremos os argumentos empregados por Luís Mauro Sá Martino. Já para discutirmos e entendermos a importância da mídia negra, buscaremos em Jonas de Jesus Pinheiro. Queremos também investigar questões de visibilidade sobre as proposições de John B. Thompson e das mediações algorítmicas, nos apoiaremos na ideia original de Jesús Martín-Barbero, mas com a atualização feita pelas pesquisadoras Kérley Winkes e Raquel Ritter Longhi, onde atualizaram o mapa das mediações para Mapas do Sistema de Mediações Algorítmicas. Como objetivo específico, discutiremos como a visibilidade da mídia negra pode ser afetada pelos algoritmos.

O artigo está organizado em três partes. A primeira faz um breve levantamento histórico, conceituação e aborda a importância da mídia negra no Brasil. A segunda parte discutiremos questões conceituais da mídia digital e de como a mídia negra está

inserida no ambiente digital, para isso buscamos entender o que seja mídia digital, quais são suas características e como podemos aproveitar todo esse entendimento para estudar questões da visibilidade e mediações algorítmicas. E por fim, na terceira parte do artigo, trataremos para a tona questões de visibilidade e invisibilidade, faremos análise de dados (de visibilidade) por meio da ferramenta Ubersuggest e por fim, buscaremos entender o uso do mapa de mediações algorítmicas.

Como procedimentos metodológicos nos apoiaremos nas teorias de autores consagrados que trabalham direto com o assunto aqui pesquisado e também autores que giram em torno dos mesmos temas. Outra metodologia que utilizaremos, é por meio de análise de dados extraídos do site da Revista Afirmativa, por meio da ferramenta Ubersuggest.

## **BREVE HISTÓRIA, CONCEITUAÇÃO E A IMPORTÂNCIA DA MÍDIA NEGRA**

Em 2024, a mídia negra brasileira completará 191 anos de existência. Essa longevidade da mídia negra brasileira é um feito muito importante para a história da mídia negra e da mídia nacional. Esta história começa a partir do século XIX, onde em 14 de setembro de 1833 nasce o jornal “*Homem de Côr*”, que a partir da terceira edição, passou a se chamar “O Mulato”. Este jornal nasceu no Rio de Janeiro, na tipografia do jornalista Francis Paula de Brito (Tipografia Fluminense). Neste mesmo período, outras publicações surgem em outros estados brasileiro. Para não nos alongarmos muito, vamos destacar aqui apenas algumas mídias negras de cada estado, usando como critério de seleção o ano de nascimento. O jornal “Homem de Côr” (1833) é o primeiro periódico da imprensa negra brasileira e em Pernambuco, nasce o jornal “*O Homem: Realidad*” (1876), no estado de Minas gerais, circulou o jornal “*A Verdade*” (1904), no Rio Grande do Sul, o pioneirismo vem com “*O Alvora*” (1907) e por fim, em São Paulo, podemos destacar “*O Menelick*” (1915).

No século XX, podemos registrar o nascimento de inúmeros jornais e revistas negras no Brasil. A matéria: Imprensa negra: 190 anos de luta antirracista ligam passado e presente, escrita pelo repórter Rafael Cardono, publicada no site da Agência Brasil (em setembro de 2023), faz um breve histórico da mídia negra no Brasil. Para

contextualizar este período, mostraremos apenas as primeiras publicações a partir do seu ano de nascimento. Começaremos a contar esta história com o surgimento do jornal “*A Verdade*” (1904), depois temos “*Alvorada*” (1907), “*O Menelick*” (1915), “*O Xauter*” (1916), “*O Alfinete*” (1918), “*A Liberdade*” (1919), “*A Sentinela*” (1920), “*Kosmos*” (1922), “*Clarim d’Alvorada*” (1924), “*O Tagarela*” (1925), “*Progresso*” (1928), “*A Voz da Raça*” (1933), “*O Raça*” (1935), “*O Novo Horizonte*” (1946), “*Mundo Novo*” (1950), “*Nosso Jornal*” (1951), “*A Voz da Negritude*” (1953), “*Notícias de Ébano*” (1957), “*O Mutirão*” (1958), “*Níger*” (1960), “*Tiçã*” (1977), “*Objetivo*” (1977), “*O Saci*” (1978), “*Vissungo*” (1979), “*Voz do Negro*” (1984), “*Elêmi*” (1985), “*Áfricas Gerais*” (1995), “*Irohin*” (1996) e por fim, nasce uma revista de circulação nacional, que é publicada até hoje, a revista “*Raça*” (1996).

A partir daqui, mostraremos como referência de mídia negra do século XXI, nosso objeto de estudo, a Revista Afirmativa. Pinheiro mostra que em 19 de março de 2014, Alane Reis e seus colegas do curso de comunicação (jornalismo) fundaram a Revista Afirmativa. O registro de Pinheiro pode ser corroborado na seção “*Quem somos*” do próprio site da revista, onde mostra que ela nasceu com o intuito de romper com o discurso de “imparcialidade”, pregado pela mídia comercial brasileira, que segundo os responsáveis pela revista, dizem em seu site, que a mídia comercial é tradicionalmente racista, machista etc. Os fundadores da publicação defendem que todos veículos de comunicação (que possuem orientações políticas) devem deixar claras suas posições políticas, para que seus leitores fiquem cientes do caminho editorial que adotam. A partir dessas proposições, criaram o *slogan*: “**Somos nós, falando de nós, para todo mundo**”, sendo assim, acredito que a partir do *slogan* da revista, podemos visualizar o posicionamento da publicação. Para finalizarmos a apresentação e a contextualização do nosso objeto de pesquisa, mostraremos aqui também, missão da publicação, que é usar a comunicação e o jornalismo para enfrentar o racismo em todas as suas faces e lutar pela justiça racial, produzindo narrativas autorreferências, contando suas histórias e próprias narrativas.

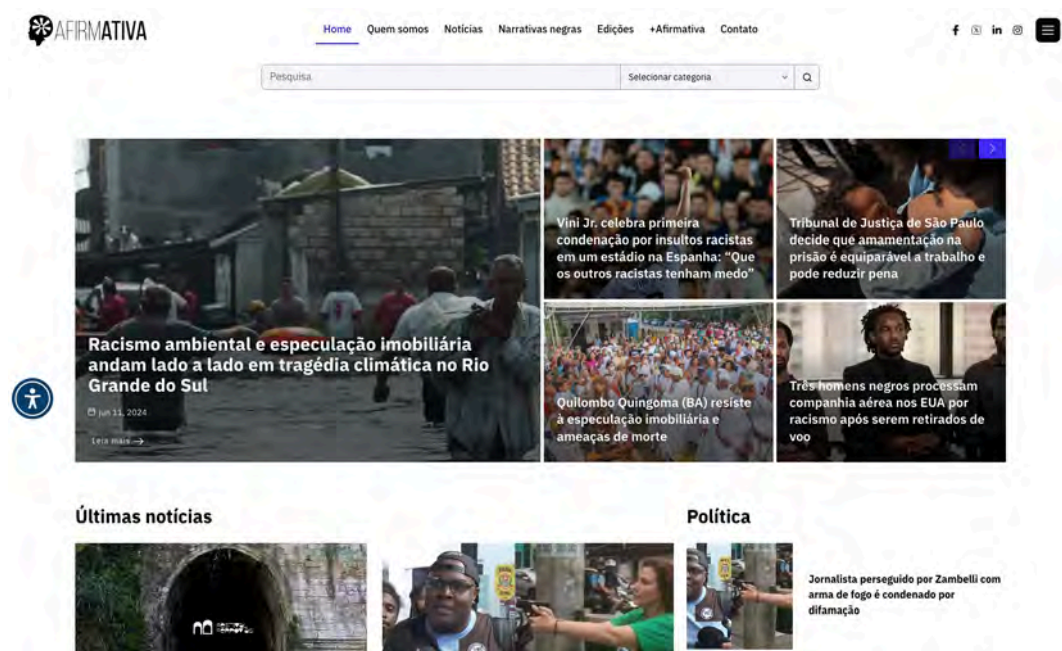


Imagem do site da Revista Afirmativa

Depois de contextualizarmos brevemente a história da mídia negra brasileira, e ver que nosso objeto de pesquisa tem muita relevância para o contexto histórico e de representação, cabe aqui, falarmos da importância que a mídia negra traz para o povo negro. Para ajudar em nossos argumentos, nos pautamos nas falas de importantes pensadores. Podemos falar aqui da quebra de estereótipos trazidos pela mídia negra, onde Bosi (p. 14) nos ensina que os estereótipos são formas simplificadas de percepção social, que ignoram as exceções e permanecem imunes à experiência, sendo assim, ao contarem suas próprias narrativas, o povo negro serão melhores representados, mostrando para os leitores (negros e não negros), narrativas que refletem melhor seu próprio universo, sua própria história, já que em muitos casos, o que vemos na mídia comercial e hegemônica são olhares enviesados e distorcidos, por meio de um racismo estrutural (ALMEIDA, 2018) latente no Brasil. Hooks (p. 22) nos faz pensar que é importante ver imagens positivas dos negros na construção de identidades e na valorização da cultura negra. Já Hall (p. 31) pode nos ajudar nos argumentos que a representação do povo negro, em mídia negra, fortalece a imagem do negro é fundamental para estabelecer um processo ativo da construção de significados culturais,

destacando a importância das narrativas autênticas na transformação da percepção social.

Outro conceito valioso que demonstra a importância da mídia negra é o conceito de epistemicídio, apresentado por Carneiro (p. 84). Ela nos faz entender que o epistemicídio é um processo persistente de produção da inferioridade intelectual ou da negação da possibilidade de realizar as capacidades intelectuais, criando significados que os seres humanos (aqui o povo negro) são diferentes e inferiores racionalmente. Ao vermos a qualidade do trabalho e a intelectualidade dos criadores de conteúdo da Revista *Afirmativa*, a ideia de epistemicídio cai por terra.

Para fecharmos nossa contextualização, vale a pena ver o manifesto do coletivo das mídias negras (p. 10), publicado no livro digital da FOPIR (Fórum Permanente pela Igualdade Racial), no Seminário *Genocídios Contemporâneos: Reagir é Preciso*, intitulado de "Mapeamento da Mídia Negra no Brasil (2020)". No manifesto da mídia negra, os coletivos mostram a união pela defesa da vida da população negra e pela reforma do sistema político do Brasil. No manifesto, reivindicam a garantia do direito à comunicação da maioria dos brasileiros, que é composta por 54% de "autodeclarados negros"; querem também, ter o direito de produzir narrativas alternativas ou de enfrentamento; fazer frente às diversas formas de genocídio da população negra, com discurso em defesa das vidas negras; reverberar narrativas de felicidade e bem viver, protagonizadas por pessoas negras, refletir e questionar todas as lógicas opressoras de poder na sociedade agregadas ao racismo.

## **QUESTÕES CONCEITUAIS DA MÍDIA DIGITAL EM VIRTUDE DA MÍDIA NEGRA**

Antes de entrarmos nas questões de visibilidade e mediações algorítmicas da mídia negra, faz-se necessário entender conceitualmente a mídia digital. Quem vai nos ajudar nesta tarefa é Martino, que em seu livro: *Teoria das Mídias Digitais - Linguagens, Ambientes e Redes*, fez um compilado bem interessante de vários autores consagrados sobre o tema. Martino (*apud* Lévy, p. 30) diz que o espaço "virtual" é visto em muitas vezes como o oposto ao "real", como se aquilo que é virtual não exista, mas por meio das vozes de Lévy, Martino afirma que o virtual é parte integrante do real,

pois a existência do mundo virtual é quando temos a possibilidade se torna-lo visível quando acessado, o que não significa que é irreal, portanto, o virtual é real, só não tem a materialidade física, é formado por uma sequência numérica de 0 e 1, ou sim e não. Agora que entendemos o virtual, vejamos ainda em Martino (*apud* Flew. p. 11) as características da mídia digital. Para esta tarefa, vamos usar a tabela de conceitos-chave que caracterizam a mídia digital.

### Alguns conceitos-chave para as mídias digitais

CONCEITOS	DEFINIÇÃO
<b>Barreira digital</b>	Diferenças de acesso às tecnologias e mídias dirigidas, bem como à cultura desenvolvida nesses ambientes, vinculados a problemas sociais e econômicos
<b>Ciberespaço</b>	Espaço de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores; virtual por não ser localizável no espaço, mas real em suas ações e efeitos.
<b>Convergência</b>	Interação entre computadores, meios de comunicação e redes digitais, bem como de produtos, serviços e meios na internet.
<b>Cultura participatória</b>	Potencialidade de qualquer indivíduo se tornar um produtor de cultura, seja recriando conteúdos já existentes, seja produzindo conteúdos inéditos.
<b>Inteligência coletiva</b>	Possibilidade aberta pelas tecnologias de rede de aumentar o conhecimento produzido de maneira social e coletiva.
<b>Interatividade</b>	Interferência e interação entre usuários, ou usuários, programas e conteúdos, em diferentes níveis e formas, nos sistemas de comunicação digital em rede.
<b>Interface</b>	A operação das mídias digitais acontece a partir de pontos de contato "amigáveis" entre dispositivos e usuários, moldados a partir de referências culturais anteriores.
<b>Segurança e vigilância</b>	Possibilidade de identificação de dados gerados nas mídias digitais em rede, ultrapassando os limites público/particular e redefinindo a noção de "privacidade".
<b>Ubiquidade</b>	Presença, em todos os lugares, de mídias digitais conectadas em rede, estabelecendo conexões em qualquer espaço e tempo.
<b>Velocidade</b>	A rapidez de conexão de dados nas mídias digitais se articula com a aceleração de inúmeras atividades, processos e acontecimentos na vida cotidiana.
<b>Virtualidade</b>	Dados das mídias digitais existem de maneira independentes de ambientes físicos, podendo se desenvolver livres, a princípio, de qualquer barreira desse tipo.

Após o conhecimento dos pontos-chave que caracterizam a mídia digital, uma pergunta pode ser feita: como tirar proveito de tudo isso? Os jornalistas responsáveis

pela mídia negra aqui em questão, podem tirar proveito desses pontos para melhorar a visibilidade, a disseminação de informações e interação com sua audiência, por exemplo. Vamos explicar um pouco melhor. Reduzir a barreira digital através da implementação de inclusão tecnológica e acesso a conteúdos, a mídia negra pode garantir que mais pessoas negras participem ativamente do processo de produção e consumo das mídias digitais. Ao utilizar o ciberespaço, a mídia negra pode criar plataformas de discussões e redes sociais que aplicam as vozes da comunidade negra globalmente. O processo de convergência (Jenkins, 2009) permite integrar diversas plataformas de mídia, criando alcances maiores e diversificados, enquanto o conceito de cultura participativa incentiva a comunidade a participar ativamente na criação de conteúdos, fortalecendo a autenticidade, a diversidade e narrativas próprias.

Ainda dentro dos conceitos-chaves, a mídia digital pode utilizar-se da inteligência coletiva para reunir conhecimentos e experiências da comunidade negra, criando bases de dados colaborativos acessíveis para todos envolvidos. É possível implementar interatividades por meio de comentários, fóruns, transmissões ao vivo, interações por e-mail e aplicativos de mensagens, aumentando o engajamento dos leitores. Alguns pontos importantes não podem ficar de fora desta discussão, pois desenvolver interfaces amigáveis e culturalmente relevantes facilita a navegação e a interação por parte do usuário. Acredito que já demonstramos a importância do uso dos pontos-chave que caracterizam a mídia digital, mas para finalizarmos, ainda cabem algumas questões. Explorar o conceito de ubiquidade na mídia negra faz-nos termos consciência que podemos levar as narrativas próprias da mídia negra para qualquer pessoa, em qualquer lugar e momento. Por fim, trabalhar o conceito de virtualidade nos leva a entender que não é preciso ter a mídia física para alcançar os leitores, pois por meio da virtualidade podemos promover participação inclusiva e diversificada. Portanto, a compreensão e utilização consciente desses conceitos vai ajudar a mídia negra a maximizar seu impacto, promover mais inclusão, visibilidade e representatividade no espaço digital.

Agora que estamos conceitualizados, é importante entender em que tipo de tecnologia as narrativas da mídia negra, no caso aqui, a Revista Afirmativa estão "embarcadas". Os conteúdos produzidos pelos jornalistas da revista são "empacotados"



em dois tipos de formatos: o primeiro é um sistema de gerenciamento de conteúdo, uma plataforma Wordpress, é um CMS (*Content Management System*), já a segunda, a publicação está em formato PDF (*Portable Document Format*). Se pensarmos em questões de visibilidade, de entregabilidade e rastreabilidade (pelo *bot* do Google), o primeiro formato é melhor, pois ele foi projetado pela comunidade de propagadores espalhados pelo mundo, é uma plataforma de código aberto e está programada para ser rastreável pelos buscadores, já o segundo formato (PDF) é um improvisado para questões de rastreamento e experiência do usuário, principalmente em dispositivos móveis, é também uma tentativa de aproximar o leitor do que seja uma revista impressa, do ponto de vista do design. Acredito que este formato é destinado para públicos que não gostam de consumir revistas no formato Wordpress, gostam também do visual, de ter a experiência de estarem lendo uma revista impressa, mesmo em ambiente digital.

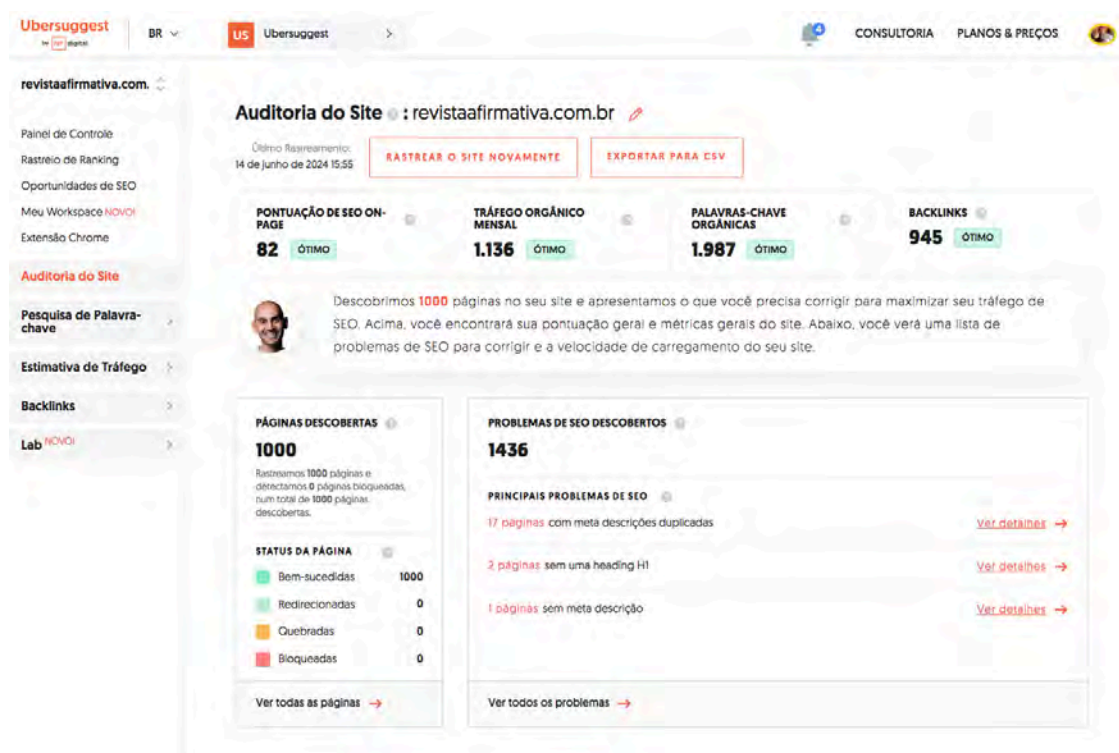
No caso da revista analisada aqui, pensando em termos de plataformas de publicação digital, os editores da revista não terão prejuízos de visibilidade se analisarmos única e exclusivamente as plataformas. Sabemos que questões tecnológicas das plataformas não é o único fator que ajuda ou atrapalha a visibilidade, pois para que as mídias digitais atinjam um patamar considerável de visibilidade, temos que contar com outras tecnologias e uma estratégia bem estruturada para ganho de visibilidade.

## **VISIBILIDADE E MEDIÇÕES ALGORÍTMICAS**

Agora que conhecemos a história da mídia negra no Brasil e entendemos questões lógicas e tecnológicas da mídia digital, em especial da mídia digital negra, temos que discutir questões de visibilidade em espaços virtuais conectados. O autor que nos ajudará nesta tarefa é John B. Thompson por meios das suas teorias sobre visibilidade. Podemos conceituar a visibilidade a partir de Thompson (2018, p. 19) da seguinte forma: "a visibilidade é a condição de ser visto, perceptível pelo sentido da visão, enquanto a invisibilidade é o que não pode ser visto, imperceptível à visão". Para que a mídia negra seja vista em ambiente digital é preciso que se propague, que se espalhe e que o leitor possa facilmente encontrar, indo direto ao seu site ou encontrando pelos mecanismos de buscas. Para reforçar esses argumentos, cabe aqui uma frase importante, cunhado por três autores também importantes, Jenkins, Ford e Green ( p.

23) que é: “*se algo não se propaga, está morto*”. Colocamos esta frase aqui, por acreditarmos na força que ela tem. Sabemos que muitos editores de revistas não entendem que para publicar uma revista digital em ambiente online, é preciso entender toda lógica do ecossistema midiático digital.

A visibilidade é uma aspecto primordial para formação de identidades e a legitimação de atores sociais na era moderna. Thompson (2018, p. 19) argumenta que a visibilidade mediada pelos meios de comunicação desempenha um papel importante nas interações sociais, pois para Thompson (2018, p. 19), os meios de comunicação acabam criando novas formas de interação, novos tipos de relações sociais e isso para qualquer tipo de mídia é importante.



Auditoria do site Revista Afirmativa feita por meio da ferramenta Ubersuggest

Fizemos aqui uma simples auditoria do site Revista Afirmativa com a ferramenta Ubersuggest e ela analisou apenas 1000 páginas. Dizemos que a auditoria é simples porque estamos utilizando a versão gratuita da ferramenta. Na versão paga a

ferramenta nos traria informações mais completas, mas só isso não bastaria, para termos mais dados que nos mostrem o nível de visibilidade que a Revista Afirmativa tem, precisaríamos de uma cumplicidade dos editores da revista, instalando outras ferramentas que nos tragam mais dados, por exemplo, precisaríamos da instalação do Google Search Console (puxando informações do Google Analytics) para extrairmos mais dados, mais informações e com isso, fazermos análises mais profundas. Acreditamos que para este artigo, essas pequenas informações, nos ajudam a entender a lógica da análise de dados e de visibilidade.

Estamos analisando os dados da revista a partir da aba "Auditoria do Site", onde nos traz os seguintes dados e informações:

1. **Pontuação de SEO On-Page:** A ferramenta mostra uma pontuação de 82 (vai de 0 a 100), que é ótima. Esta pontuação indica que o site está bem nas buscas orgânicas. Isso é um bom sinal;
2. **Tráfego orgânico mensal:** a plataforma registra 2.236 visitas mensais no site por meio de tráfego orgânico. A ferramenta diz que é "ótimo", mas eu acho que é pouco e acredito que dá para melhorar muito;
3. **Palavras-chave orgânica:** é de 1.987 e a ferramenta também classifica como ótima, mas eu digo que é razoável;
4. **Backlinks:** o resultado dos backlinks que a Revista tem espalhado pela internet, que é de 945. A ferramenta pontua como ótimo, eu digo que está regular;
5. **Páginas descobertas:** A ferramenta rastreou apenas 1000 páginas nesta auditoria. A boa informação, é que tem 0 (zero) páginas bloqueadas. Isso é um excelente sinal, indica que do ponto de vista da plataforma, fizeram um trabalho muito bem feito.
6. **Problemas de SEO descoberto:** a ferramenta faz uma análise interessante sobre problemas de SEO, ela aponta 1436 problemas, que para a quantidade de páginas analisadas é muito. A notícia boa é que ela apontar quais páginas tem problema e os programadores, juntos com os jornalistas, podem resolver este problema de forma simples

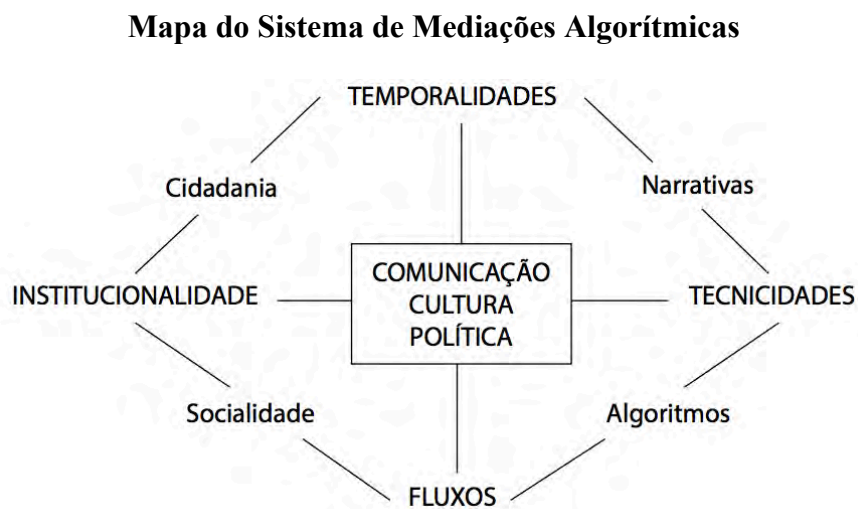
Outros dados não aparecem na imagem devido ao recorte que fizemos, mas para completar a auditoria, trouxemos mais algumas informações.

7. **Tempo de carregamento:** O Google recomenda que uma página carregue no máximo em 3 segundos. No computador desktop, o site está carregando em 2.14 segundo (que é ótimo) e no mobile (celular) o site leva 2.75 segundo, que está bom, mas fica uma alerta para melhorias
8. **Interatividade:** esta informação mostra o tempo que as páginas demoram para responder a um clique. No computador desktop, o tempo é de 2 milissegundos (que é ótimo) e no mobile 16 milissegundo (que também é ótimo)
9. **Estabilidade visual:** Esta é uma parte da auditoria que mostra o tempo que o layout da sua página muda ou pisa. O ideal é que seja de 0.1. No caso aqui, tanto no desktop, quanto no mobile, a pontuação é de 0.00, que é excelente.

Agora que vimos os dados de visibilidade da revista, discutiremos agora a relação que tem a visibilidade com os algoritmos, sejam eles de plataformas publicadoras ou dos buscadores. Bertocchi e Saad Corrêa (2012, p. 7) nos ajudam a entender o conceito de algoritmo. Elas explicam que o algoritmo são procedimentos criados para cumprirem tarefas (no caso aqui, do digital), trata-se de um passo a passo de procedimentos computacionais, são códigos de programação, feitos com várias linguagens de programação. Entender o conceito de algoritmo nos permite pensar como as tarefas podem ser executadas, não apenas por máquinas, mas também por seres humanos. Por máquinas porque sabemos que os algoritmos a todo momento estão rastreando a internet, conseqüentemente as publicações digitais. A execução pelos humanos permite que ao criarem seus conteúdos, precisam pensar na lógica algorítmica para que este material seja facilmente rastreável pelos buscare, e como consequência, entregue os conteúdos para os leitores.

Outra questão importante, que ajuda ou atrapalha a visibilidade da mídia digital são as mediações algorítmicas. Para entendermos melhor este conceito, nos apoiaremos no mapa de mediações algorítmicas, baseados nas teorias de Jesús Martín-Barbero e apresentado por Winques & Longhi. O mapa do Sistema de Mediações Algorítmicas, é

adaptado para o contexto contemporâneo dominado por plataformas digitais e fluxos algorítmicos. No mapa, podemos ver as mediações básicas, onde temos no eixo vertical "Temporalidades" e "Fluxos" e no eixo horizontal, temos "Institucionalidade" e "Técnicas" (Winques & Longhi, p. 161).



*Nota. De Mediações Algorítmicas e Espiral do Silêncio: As Dimensões Estruturantes Igreja e Sindicato na Recepção de Conteúdos Noticiosos em Plataformas Digitais, por K. Winques, 2020, p. 160.*

Acredito que compreender e depois explorar o Mapa do Sistema de Mediações Algorítmicas, possa nos ajudar no desenvolvimento de estratégias eficazes para aumentar a visibilidade da mídia negra. Ao analisarmos como os algoritmos e plataformas digitais influenciam na distribuição de conteúdos, podemos identificar maneiras de otimizar essas narrativas para que alcancem os leitores já que já consomem os conteúdos da Revista Afirmativa e também aqueles que estão vagando na internet e aqueles que estão sedentos por informações veiculadas por ela. Dessa forma, além de fornecer insights valiosos, o mapa fornece uma base teórica e prática para o fortalecimento da presença e representatividade da mídia negra em ambiente digital.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Entendemos que pensar e discutir as mídias negras a obterem visibilidade seja uma missão, uma tarefa difícil que ajudará a levar as vozes da comunidade negra a seus leitores interessados, ajudando a levar também imagens positivas, não estereotipadas e representatividade. Por isso, as discussões que apresentamos aqui, podem ajudar no debate sobre a importância da mídia negra.

Acreditamos que estudar e aplicar a visibilidade na mídia negra em ambiente digital é um desafio que exige compreensões profundas das dinâmicas algorítmicas e das estratégias de comunicação digital. As discussões apresentadas aqui, revelam que embora a tecnologia ofereça inúmeras oportunidades para a disseminação de conteúdos e a construção de identidades, há barreiras significativas impostas pelos algoritmos que impedem e podem limitar a visibilidade das mídias negras. Isso porque nem discutimos o racismo algorítmico.

Através da análise que fizemos da Revista *Afirmativa*, da visibilidade e das mediações algorítmicas, verificamos que a propagação de uma publicação digital é influenciada não apenas pela qualidade e relevância do conteúdo, mas também pela capacidade das mídias negras de otimizar e planejar suas estratégias dentro dos parâmetros algorítmicos das plataformas digitais.

Sabemos que o entendimento de toda logística em busca da visibilidade, pode cumprir um papel primordial, que é ajudar na propagação, no espalhamento das vozes das mídias negras para seus públicos, seus leitores possam ajudar em transformações sociais incríveis.

Por fim, é crucial que as mídias negras desenvolvam competências técnicas, tecnológicas e estratégicas para maximizar sua presença digital. A adoção de práticas que favoreçam a rastreabilidade, a interatividade e a disseminação de seus conteúdos são essenciais para que possam ocupar espaços cada vez maiores neste imenso ciberespaço.

A contínua investigação, atualização e adaptação às mudanças tecnológicas são fundamentais para garantir que as vozes negras alcancem e ressoem com um público amplo e cada vez mais diversificado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. **O algoritmo curador – O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação.** In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 21., Juiz de Fora, 2012. Anais... Juiz de Fora: Compós, 2012.

CARDOSO, Rafael. **Imprensa negra: 190 anos de luta antirracista ligam passado e presente.** Agência Brasil, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2024.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio : Apicuri, 2016.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

\_\_\_\_\_. **Cultura da convergência.** Tradução de Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009

LÉVY, P. **O que é o virtual.** 2a. ed. São Paulo: Editora 34, 2011.

MAGALHÃES, Ana Flávia. **De pele escura à tinta preta: a imprensa negra no século XIX (1833-1899).** Brasília: 2006. Dissertação – Mestrado em História, Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, 2006.

MARTINO, L.M.S. (2014) **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis, RJ: Vozes.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade.** Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_, John B. **A nova visibilidade.** Matrizes, 2008

PINHEIRO, Jonas de Jesus. **Alma preta e Afirmativa: experiências contemporâneas de mídias negras na luta contra o racismo.** Bahia, 2019. Dissertação – Mestrado em Comunicação. Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2019.

PINTO, Ana Flávia Magalhães. **De pele escura e tinta preta: a imprensa negra do século XIX (1833-1899)**. 2006. 197 f. Dissertação (Mestrado em História) - UnB, Brasília, 2006.

WINQUES, Kérley; LONGHI, Raquel Ritter. **Dos meios às mediações (algorítmicas): mediação, recepção e consumo em plataformas digitais**. MATRIZES, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 151-172, 2022.