

A plataformização estratégica da mídia negra: construindo visibilidade e relevância em ecossistemas digitais¹

Adriano Batista Rodrigues²
ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing

RESUMO

Propomos neste artigo teorizar, analisar e discutir a plataformização estratégica da mídia negra e sua capacidade de construir visibilidade e relevância em um ecossistema digital complexo e competitivo. Para isso, utilizamos o Portal Afro como objeto de estudo. Empregamos uma abordagem metodológica híbrida, que integra a fundamentação teórica baseada em autores como Letícia Cesarino, com sua perspectiva sobre a cibernética, José Van Dijck, Thomas Poel e Martijn de Waal contribuem para a reflexão sobre os conceitos de plataforma e plataformização da mídia digital e Muniz Sodré, que apresenta o conceito de sociedade incivil, evidenciando o impacto da mídia na sociedade contemporânea. Como aplicação empírica, realizamos uma auditoria técnica no portal Afro, utilizando a ferramenta Ubersuggest para discutir a plataformização.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia negra, mídia digital, plataformização, visibilidade, cibernética, SEO (*Search Engine Optimization*)

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Técnicas e Culturas Urbanas, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutorando em Comunicação e Práticas do Consumo pelo PPGCOM-ESPM, bolsista CAPES Integral, membro dos grupos de pesquisa Juvenália (ESPM), Influcom (USP), professor de graduação nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Rádio, TV e Internet e professor de Pós-graduação na Faculdade Cásper Líbero e Centro Universitário Assunção. E-mail: abrodrigues@casperlibero.edu.br

INTRODUÇÃO

A obtenção de visibilidade na internet não é uma tarefa fácil. Para tanto, é fundamental compreender as dinâmicas tecnológicas empregadas nas lógicas de visibilidade (Thompson, 2005, p. 30) impostas pelas *big techs*, que praticamente ditam quem se visibiliza ou se invisibiliza neste complexo ciberespaço. Se for possível dominar as regras de visibilidade dos buscadores e das redes sociais, talvez se possa tornar um *player* relevante nesse cenário tão disputado. Nesse sentido, a música “Aprendendo a Jogar”, criada pelo cantor e compositor Guilherme Arantes e interpretada por Elis Regina, serve como uma analogia pertinente para esta pesquisa. O aprendizado que se extrai dessa obra é que, embora os algoritmos constantemente captem nossa atenção e apresentem assuntos considerados importantes, é possível reverter essa lógica e utilizá-los a nosso favor. Para isso, é preciso aprender a dominar o jogo da visibilidade, ou seja, viver e aprender a jogar.

Aprendendo a Jogar

Vivendo e aprendendo a jogar

Vivendo e aprendendo a jogar

Nem sempre ganhando

Nem sempre perdendo

Mas aprendendo a jogar

Autor: Guilherme Arantes / **Intérprete:** Elis Regina

A visibilidade pode ser obtida de duas formas: a primeira, por meio da publicação de conteúdos otimizados, que permitem aos usuários encontrar as matérias do portal de forma “orgânica” (via buscas no Google), criando conteúdos propagáveis (Jenkins, 2014). A segunda, por meio de anúncios digitais (Google Ads, Facebook Ads, etc.). Ou seja, para obter visibilidade, é necessário operar de forma estratégica, seja tornando o conteúdo relevante para os buscadores, aparecendo nas buscas de forma orgânica, ou investindo em anúncios nas plataformas de busca e redes sociais para que esses conteúdos se tornem visíveis.

É importante salientar que, neste artigo, como procedimento metodológico, adotou-se uma abordagem híbrida, combinando pesquisa bibliográfica (por meio dos autores) e análise

empírica de dados do Portal Afro, onde utilizando a ferramenta Ubersuggest. Para a compreensão dessas dinâmicas, foram incorporados ao campo teórico autores de extrema importância para esta discussão. No que tange ao entendimento tecnológico, Letícia Cesarino (CESARINO, 2022) aborda o conceito de Cibernética, José Van Dijck, Dijck, Thomas Poel e Martijn de Waal (VAN DIJCK, POELL, DE WALL, 2018) auxiliam na compreensão dos conceitos de plataformas e plataformização e por fim, Muniz Sodré (SODRÉ, 2021), nos traz o conceito de sociedade incivil, contribuindo com a discussão sobre o impacto da mídia na sociedade contemporânea. A inclusão desses autores foi fundamental para a compreensão dos conceitos abordados neste artigo, e a aplicação empírica (por meio de dados) auxiliará na identificação de pontos de melhoria para a criação de uma plataforma da mídia negra capaz de romper os bloqueios digitais impostos às mídias em geral e, em especial, à mídia negra, que ainda enfrenta questões de racismo algorítmico.

Portal Afro: A plataformização da mídia negra em ambiente digital

O Portal Afro é a plataforma de publicação digital do Instituto Portal Afro, cuja finalidade primordial é divulgar trabalhos, artigos, reportagens e eventos realizados tanto pela instituição quanto por outras entidades que compartilham de sua missão. Fundado em 2004 por Jader de Oliveira Nicolau Júnior, sua principal missão é promover o conhecimento, a valorização e a preservação da história e da memória afrodescendente em geral. O Portal Afro, enquanto plataforma institucional, opera como uma ferramenta de entretenimento e pesquisa, disseminando conteúdo e atividades relacionadas à cultura e história afrodescendente e africana, buscando ser uma referência em seu campo de atuação.



Figura 1:
Home Page do Portal Afro

Após a apresentação do Portal Afro, é importante destacar que se trata de uma plataforma proprietária, cujo sistema digital é construído e controlado por seu proprietário. Possui, ainda, arquitetura “própria”, gerenciando dados, algoritmos e interações para atender a

objetivos estratégicos e específicos, sendo classificado como um *Media Software*³ (BERTOCCHI, 2013, p. 84). No contexto do conceito de *software* de mídia, o Portal Afro foi construído em uma plataforma de código aberto, baseada em um CMS (*Content Management System*), especificamente o WordPress. Essas plataformas se contrapõem às plataformas fechadas, como as redes sociais, por exemplo. Bertocchi (2013, p. 93) ressalta que empresas como The New York Times, CNN, TechCrunch e GigaOM abandonaram seus publicadores proprietários e passaram a utilizar o WordPress como uma plataforma de publicação digital.

Ao construir seu portal de notícias, o gestor do Portal Afro realizou um processo de plataformização, criando sua própria plataforma de mídia negra. Com essa iniciativa, ele se torna menos dependente das regras das redes sociais, obtendo maior controle sobre suas publicações. Isso permite uma atuação estratégica, tanto na otimização de plataformas quanto na de conteúdo, possibilitando que suas mensagens sejam indexadas pelos buscadores e, assim, rompendo as barreiras de visibilidade digital e o racismo algorítmico.

O conceito de plataformização, conforme apresentado por Van Dijck, Poell e de Waal (2018), baseia-se em três pilares. O primeiro é a Dataficação, na qual o instituto coleta e armazena integralmente as interações de seus usuários – como cliques, leituras e compartilhamentos – transformando-as em dados. O segundo pilar é a Comodificação, em que os dados coletados se transformam em insumos econômicos, permitindo ao Portal Afro monetizar sua audiência e assegurar a sustentabilidade financeira por meio da venda de anúncios, da criação de espaços de patrocínio segmentados ou de assinaturas premium. Por fim, o terceiro pilar é a Seleção, na qual a otimização técnica da plataforma, pode conferir controle total sobre dados e algoritmos, sendo aplicada em conjunto com as estratégias de SEO (*Search Engine Optimization*). A tríade Dataficação, Comodificação e Seleção constitui o cerne da plataformização estratégica e é justamente o que permite ao Portal Afro escapar do efeito caixa-preta das redes sociais e ampliar sua visibilidade no ecossistema digital.

Regras do jogo: Estratégia para jogar o jogo da visibilidade

Para obter visibilidade orgânica nos buscadores, é fundamental, primeiramente, que o site se estabeleça como uma autoridade (*domain authority*) no assunto que trabalha (no caso, o portal de notícias negras). Isso pode ser alcançado por meio da publicação de conteúdos originais que auxiliem os usuários da internet a sanarem suas dúvidas e a encontrar as informações que procuram. A segunda forma é por meio da criação de conteúdos otimizados,

utilizando técnicas de SEO, o que auxiliará o leitor a encontrar as notícias publicadas no portal. A terceira regra consiste em otimizar os *softwares* de mídia (BERTOCCHI, 2013, p. 81) por meio de SEO técnico. Nosso quarto e último pilar para o ganho de visibilidade é a distribuição estratégica dos conteúdos publicados nas plataformas proprietárias em redes sociais (plataformas prontas), explorando de forma estratégica todo o potencial cibernético (Cesarino, 2022) que as redes sociais possuem.

Compreendidas essas regras, torna-se evidente que, ao publicar conteúdo na internet, lida-se com agentes humanos e não humanos (Cesarino, p. 26), ou seja, permitindo que tanto pessoas quanto algoritmos encontrem os conteúdos publicados no portal. Essa arquitetura, intrínseca ao funcionamento das plataformas, opera de forma imperceptível para os usuários comuns, que, em muitos casos, as exploram sem plena consciência de suas dinâmicas implícitas. No entanto, para a mídia digital, e em especial para a mídia negra, que busca estabelecer e consolidar sua presença digital, o entendimento aprofundado dessas lógicas é uma necessidade urgente e imprescindível para obter visibilidade.

A relevância do tema reside na crescente complexidade das mediações algorítmicas (Winques & Longhi, 2022, p. 152), que, ao moldarem a distribuição e o acesso ao conteúdo online, exercem um impacto direto na visibilidade das vozes e narrativas do povo negro no Brasil, historicamente marginalizadas. A partir das discussões precedentes, surge a questão: como a plataformização estratégica da mídia negra pode ser efetivada para construir visibilidade e relevância em ecossistemas digitais, considerando as complexidades das mediações algorítmicas e as necessidades específicas do Portal Afro? Em resposta a essa indagação, defende-se que, para que a mídia negra possa efetivamente amplificar suas vozes e alcançar seu público leitor, é necessário que ela transponha as barreiras digitais impostas pelas mediações algorítmicas (em especial dos buscadores) e pelo racismo algorítmico (SILVA, 2022) presentes no ambiente online.

Cibernética, plataforma e plataformização da mídia negra

Desde o surgimento da internet, indivíduos e empresas têm conquistado novos espaços de visibilidade, como plataformas de redes sociais, de vídeos, blogs, vlogs, etc. Todo esse cenário é viabilizado por um complexo e completo aparato tecnológico fornecido pelas *big techs*, ou por empreendedores do jornalismo online – configurados como plataformas digitais. Para compreender o conceito de plataformas, é necessário fundamentar-se em Van Dijck,

Poell e de Waal (2018), que as definem como infraestruturas digitais concebidas para mediar interações sociais e econômicas entre diversos atores, abrangendo usuários, empresas e instituições, por meio da coleta, processamento e circulação de dados.

Todo o aparato tecnológico disponível atualmente para a publicação de mensagens é resultado da cibernética. A cibernética, conforme a perspectiva ampliada de Leticia Cesarino (2022), baseada em Gregory Bateson, constitui um marco teórico essencial para a compreensão dos sistemas de controle e *feedback* que permeiam o aparato tecnológico de publicação online. Cesarino ressalta que a cibernética transcende a mera dimensão tecnológica, configurando-se como uma teoria que analisa a integração de sistemas sociais, culturais e cognitivos, e enfatiza as relações circulares que moldam os processos sociais.

Nesse cenário, o racismo algorítmico, conforme Silva (2022), representa uma barreira substancial para a visibilidade de narrativas e vozes depositadas na mídia negra, visto que os algoritmos reproduzem vieses que perpetuam a invisibilidade historicamente imposta. Romper essa barreira de invisibilidade digital, portanto, implica em um desafio direto ao racismo algorítmico, que, por sua vez, está profundamente enraizado no racismo estrutural. Fanon (2008), em *Pele Negra, Máscaras Brancas*, já advertia sobre a interiorização da inferioridade e a alienação do negro frente ao mundo branco, fenômenos que o racismo estrutural e suas manifestações algorítmicas replicam e intensificam na mídia digital. Lélia Gonzalez (1982), ao discutir a neurose cultural brasileira e o mito da democracia racial, complementa essa compreensão ao evidenciar como as estruturas de poder se manifestam em práticas de invisibilização, especialmente sobre a mulher negra. Nesse contexto, a mídia desempenha um papel crucial.

Para essa pesquisa, trouxemos o conceito de sociedade incivil, conforme Muniz Sodré (2021), que caracteriza-se pela ruptura da mediação política e cultural do liberalismo clássico, sendo substituída por um bios midiático orientado por finanças e algoritmos, o que acentua a fragmentação da comunidade histórica em favor de relações mercadológicas voláteis. O impacto da mídia na sociedade contemporânea, portanto, é moldado por essas dinâmicas algorítmicas, estruturais e financeiras, exigindo da mídia negra a adoção de estratégias de plataforma que permitam transcender essas barreiras e construir relevância autônoma no ecossistema digital.

Por meio das perspectivas teóricas apresentadas por esses autores, torna-se evidente a imprescindibilidade da plataforma estratégica da mídia negra. Caso contrário, o destino é

a invisibilidade ou uma visibilidade restrita a um pequeno grupo de pessoas que já conhecem o portal. A proposta central é que o portal obtenha visibilidade não por acaso, mas por meio das ideias desses autores, que ressaltam a importância da mídia negra, bem como das estratégias, técnicas e tecnologias que possibilitam a disseminação dos conteúdos das mídias negras para um público mais amplo.

Análise e plataforma estratégica do Portal Afro

Neste tópico, será apresentada a auditoria realizada no Portal Afro, utilizando a ferramenta Ubersuggest. O objetivo é, por meio da análise dos dados, identificar as condições técnicas e tecnológicas do portal, a fim de obter *insights* valiosos que possam servir como soluções estratégicas para o ganho de visibilidade. Para tanto, as análises foram divididas em quatro tópicos: Visão geral de tráfego, evolução do tráfego, auditoria do site e, por fim, uma análise empírica, baseada na experiência de mercado e nos princípios de usabilidade e experiência do usuário, incluindo o design e o UX (*User Experience*).

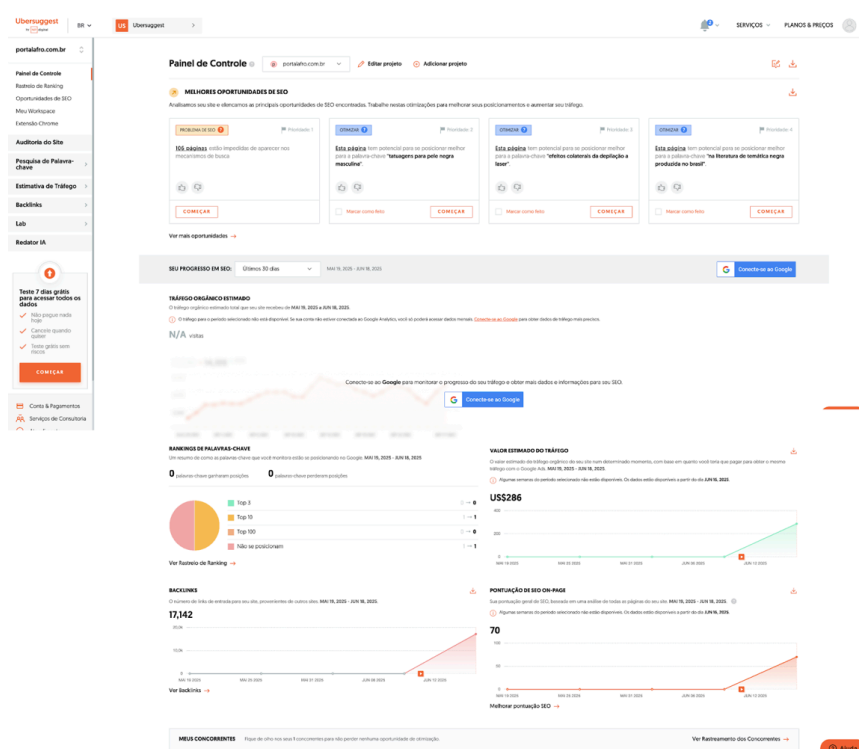


Figura 2: Tela de auditoria do Portal Afro

A partir dos dados coletados, a visão geral de tráfego indica que o portal recebia 1.590

visitas orgânicas mensais e 708 palavras-chave posicionadas entre 19 de maio e 18 de junho de 2025. Diante disso, observa-se que o portal necessita de aprimoramentos para um ranqueamento superior. A análise dos dados revelou que, a partir de janeiro de 2025, houve uma evolução nas visitas ao portal, com um salto expressivo para cerca de 2.000 visitas/mês. Esse aumento deveu-se às otimizações iniciais de SEO implementadas, embora a maioria dos termos ainda permaneça em posições intermediárias, indicando a necessidade de continuidade na seleção de palavras-chave e na interligação interna. A auditoria do site revelou uma base técnica saudável (nota 70/100), mas com falhas críticas, com 137 de 150 páginas bloqueadas, além de outros erros técnicos que comprometem a indexação. Por fim, em relação ao Design e UX (*User Experience*), identificou-se uma hierarquia visual confusa, tipografias reduzidas, largura inadequada (1.000 px versus 1.920 px ideal) e ausência de chamadas à ação (*Call to Actions* – CTAs) proeminentes, impactando a escaneabilidade e o engajamento. Em suma, a análise dos dados revelou que as inconsistências técnicas e de design atuam como barreiras substanciais para a plena potencialidade de visibilidade, ranqueamento e engajamento do Portal Afro, reforçando a importância de uma intervenção estratégica multifacetada.

Considerações finais

Neste artigo, discutiu-se a maneira pela qual a mídia negra – utilizada como estudo de caso por meio do Portal Afro – mobiliza estratégias de plataforma para alcançar visibilidade e relevância em um ecossistema digital complexo, permeado por lógicas algorítmicas e pelo racismo estrutural. A partir das contribuições de Muniz Sodré acerca do conceito de sociedade Incivil, identificaram-se três reflexos centrais desse fenômeno na busca por espaço público das vozes negras.

A primeira dimensão reside na desconstrução dos laços da sociedade civil e na emergência de um bios virtual (SODRÉ, 2021, p. 90). Sodré define sociedade Incivil como a ruptura da mediação política e cultural do liberalismo clássico, sendo substituída por uma esfera bios midiático, orientada por finanças e algoritmos, que dissolve a comunidade histórica em favor de relações mercadológicas voláteis. No ecossistema digital, isso se manifesta na primazia das métricas algorítmicas sobre os laços comunitários. Portanto, a mídia negra precisa articular-se dentro dessa lógica de plataforma como dispositivo simbólico para não permanecer invisível e, assim, conquistar presença digital para levar suas vozes aos seus públicos.

A segunda dimensão aborda o racismo algorítmico (SILVA, 2022) como uma barreira invisível. Conforme Silva e Cesarino, os algoritmos reproduzem vieses que invisibilizam narrativas negras. Simultaneamente, o modelo de publicação pura, sem mediação política, descrito por Sodré como característica do incivilismo, impede que conteúdos de minorias alcancem tração orgânica suficiente para transpor o limiar algorítmico de relevância. Nesse contexto, as auditorias técnicas, focadas em SEO *On-Page* e SEO técnico no Portal Afro, mostraram-se essenciais para identificar as barreiras, levantando dados importantes para atuar posteriormente conforme a lógica da visibilidade imposta pelas *big techs*.

A terceira dimensão refere-se à reapropriação estratégica das lógicas de mediação. Em contraponto à dissolução comunitária, a plataformização estratégica emerge como uma tática de reapropriação dos dispositivos cibernéticos. Inspirados em Leticia Cesarino (2022) e na cibernética ampliada, compreende-se que o gestor do Portal Afro deve explorar *feedbacks* e circuitos de engajamento para criar ressonâncias compartilhadas (campo de ressonâncias) que se sobreponham ao ruído algorítmico. Essa dinâmica de produção de sentido coletivo remete ao ideal de síntese social, frequentemente perdido na sociedade incivil.

Em síntese, ao tematizar a plataformização da mídia negra no contexto de uma sociedade incivil, este artigo demonstra como comunidades historicamente marginalizadas podem e devem desenvolver estratégias técnicas e narrativas para subverter a lógica excludente das plataformas digitais. Mais do que uma simples adaptação às regras do mercado de atenção, trata-se de uma ação política: a (re)criação de espaços de diálogo e engajamento que promovam, de fato, a síntese social, que é o antídoto para os efeitos do incivilismo apontados por Sodré.

Propõe-se que futuras pesquisas: aprofundem a relação entre incivilismo e algorítmica crítica, mapeando como diferentes plataformas afetam grupos sociais específicos; avaliem impactos de iniciativas de contra-algoritmos (por exemplo, redes colaborativas independentes) na construção de narrativas contraculturais; e examinem, empiricamente, os efeitos de práticas de *User Experience* (UX) inclusivas no fortalecimento da representatividade negra online. Por fim, pode-se encerrar este estudo ressaltando que a resistência negra na era digital passa tanto pela maestria técnica com o uso de SEO e plataformas quanto pela (re)criação de espaços de diálogo e engajamento que promovam, de fato, a síntese social – o antídoto para os efeitos do incivilismo apontados por Sodré.

REFERÊNCIAS

BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos: a construção de narrativas no jornalismo digital**. Curitiba: Appris, 2016.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso: verdade e política na era digital**. Ubu, 2022.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Tradução de Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.

GONZALEZ, Lélia. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

HJARVARD, Stig. (2012). **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. Matrizes. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 5, n. 2. Jan/Jun, 2012. pp. 53-92. <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/338/pdf>. Acesso em 10/02/2014.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: LEPH, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

RODRIGUES, Adriano Batista; FECHIO, Marília Gabriela Gomes. **Visibilidade da mídia negra em ambiente digital por meio das mediações algorítmicas**. Trabalho apresentado no 47º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Balneário Camboriú - SC, entre os dias 3 a 6 de setembro de 2024. São Paulo: Intercom, 2024. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/06282024175548667f235432453.pdf>

SILVA, Tarcízio. **Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais**. São Paulo: Edições Sesc, 2022.

SODRÉ, Muniz. **A Sociedade Incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2021.

TARIFA, Alexandre; MARIANO, Camila. **User experience - usabilidade e arquitetura da informação: o que é isso mesmo?** Rio de Janeiro: FIAP, 2022.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

_____. A interação mediada na era digital. Matrizes, v. 13, n. 2, 2018

Winkes, K., & Longhi, R. R. (2022). **Dos meios às mediações (algorítmicas): mediação, recepção e consumo em plataformas digitais**. MATRIZES, 16(2), 151-172. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i2p151-172>

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WALL, M. **The Platform Society: public values in a connective world**. Oxford: Oxford University Press, 2018