



24º ENANCIB

Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
Perspectivas Contemporâneas na Ciência da Informação
• Vitória - ES • Ancib • PPGCI/UFES



XXIV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXIV ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT 12 – Informação, Estudos Étnicos-Raciais, Gênero e Diversidades

**INJUSTIÇA EPISTÊMICA, RACISMO COSMÉTICO E INFLUÊNCIA DIGITAL: INFORMAÇÃO
COMO ARMA DE RESISTÊNCIA NA BUSCA DOS SUJEITOS PELO PROTAGONISMO SOCIAL**

***EPISTEMIC INJUSTICE, COSMETIC RACISM AND DIGITAL INFLUENCE: INFORMATION AS A
WEAPON OF RESISTANCE IN SUBJECTS' SEARCH FOR SOCIAL PROTAGONISM***

Carolina Carvalho Andrade Pereira – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Miriely da Silva Souza – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Ana Paula Meneses Alves – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Neste artigo, analisou-se como a injustiça epistêmica se faz presente na indústria da beleza e reflete as estruturas de dominação social. Foi investigado um caso de racismo cosmético da empresa *Youthforia* denunciado pela influenciadora digital Golloria George. O *corpus* da análise foi constituído por vídeos da influenciadora denunciando a postura da empresa. Os dados foram tratados por meio da técnica de análise de conteúdo e evidenciaram que a injustiça epistêmica é consequência do racismo estrutural da sociedade. Mostrou-se que a influenciadora atuou como mediadora ao utilizar a informação como forma de empoderar a voz de pessoas negras, promovendo o desenvolvimento da Competência em Informação em seu público.

Palavras-chave: injustiça epistêmica; mediação da informação; Competência em informação.

Abstract: In this article, we analyzed how epistemic injustice is present in the beauty industry and it reflects structures of social domination. A case of cosmetic racism by the company *Youthforia* was investigated, reported by digital influencer Golloria George. The analysis corpus consisted of videos of the influencer denouncing the company's stance. The data were processed using the content analysis technique and showed that epistemic injustice is a consequence of society's structural racism. It was shown that the influencer acted as a mediator when using information as a way to empower the voice of black people, promoting the development of information literacy in her audience.

Keywords: epistemic injustice; mediation of information; Information literacy.

1 INTRODUÇÃO

A cultura digital está arraigada em nosso cotidiano e as plataformas de redes sociais têm sido o lugar privilegiado das interações comunicacionais da contemporaneidade. Como espaço aberto em que múltiplos sujeitos se movimentam, as redes têm ampliado o escopo de seus papéis ao amplificar discursos outrora ignorados e marginalizados e se consolidando como arena por meio da qual a informação age como ferramenta de luta, gerando empoderamento e resistência. E os atores principais desse movediço palco pós-moderno são os influenciadores digitais — personas que se especializam em um determinado nicho de conteúdo e usam seu espaço na rede para mediar, reconfigurar informação e fazer valer sua opinião sobre os mais diversos temas.

O campo da epistemologia social¹, ao analisar o movimento de construção do conhecimento pelos sujeitos na coletividade, tem sido terreno fértil para a compreensão do lugar do outro em um contexto regido por relações de poder. Conforme postula Fricker (2023), o poder se manifesta em todas as esferas de nossa vida e regula a forma como determinadas dinâmicas se estabelecem na sociedade. Assim, ao pensarmos na consolidação de um estatuto do conhecimento, é possível percebermos a mobilização de polos de tensão entre o que é formalmente aceito como regra a ser seguida e aquilo que é desprezado e relegado ao esquecimento.

A população negra sabe e sente a força dessa tensão por, ao longo de toda história, ter sua experiência histórico-cultural e sua perspectiva de conhecimento ignoradas nas trocas entre as instâncias de poder (Dotson, 2011; Adichie, 2019; Fanon, 2020). Basta pensarmos, por exemplo, em como o Holocausto é considerado como o mal absoluto do século, enquanto o processo de escravização dos povos africanos, mesmo gerando repulsa, encontra vozes dissonantes no próprio conceito de raça e suas implicações para a interpretação da concepção de racismo (Moore, 2007), bem como no discurso ultraconservador e de viés fascista que tem ganhado corpo na modernidade.

Para melhor compreendermos as razões pelas quais a autoridade da palavra do negro, independentemente de qual esfera, tem sido constantemente questionada, é importante recorrermos à noção de poder social identitário que se apresenta como uma das facetas da

¹ Campo de estudo que teve sua primeira definição cunhada por Jesse Hauk Shera e Margaret Elizabeth Egan a partir da publicação do trabalho “Foundations of a theory of bibliography” de 1952.

injustiça epistêmica. Esta concepção está intimamente ligada ao que o linguista Patrick Charaudeau (2017) denomina como imaginário sociodiscursivo. Os imaginários sociodiscursivos são construções socialmente compartilhadas baseadas em representações da realidade — dentre os chamados saberes de conhecimento, que se baseiam em fatos empíricos; e os saberes de crença, que derivam da experiência e das subjetivações da coletividade — atribuídas de significado por determinados grupos sociais (Charaudeau, 2013). O imaginário é concebido de acordo com um contexto específico, refletindo ideologias e relações de poder de forma explícita ou não. Assim, em uma visão platônica, o real não se desvela objetivamente, mas sempre pelo olhar do outro em uma concepção imaginativa, o que contribui para a criação de estereótipos e manutenção de violências simbólicas, colaborando para que o poder identitário entre em ação (Fricker, 2023). Assim, percebemos que alguns grupos possuem mais força e, portanto, maior influência do que outros na sociedade, pois o poder identitário está envolvido nas trocas discursivas de conhecimento, ou seja, na troca testemunhal (Fricker, 2023).

Por que influenciadores negros possuem menos seguidores nas redes sociais? Por que, apesar dos avanços, é difícil ver o negro como protagonista em uma produção audiovisual em que ele não esteja relegado a um estereótipo de classe e de violência? Ora, é fácil observar, então, que por questões estruturais, o nível de impacto obtido pelo discurso negro ainda permanece na superfície por ser preterido quando comparado ao outro, o não negro. E isso nada mais é do que o preconceito de identidade manifestado pela sociedade, que está em jogo. Conforme postula Fricker (2023), esse tipo de preconceito generaliza características negativas associadas a determinados grupos, de forma injusta e epistemicamente irresponsável, por se basear em crenças arraigadas socialmente e não considerar evidências contrárias.

A palavra do negro, então, é renegada pelos grupos de maior influência e poder, dando lugar ao que chamamos de injustiça epistêmica. Esse tipo de injustiça está enraizado na sociedade e se manifesta por meio da exclusão de determinados grupos devido a um emaranhado de questões complexas que se interrelacionam, afinal, o preconceito pode assumir diferentes formas (Fricker, 2023). Como exemplo, reiteramos a noção de preconceito identitário, cunhada pela autora, além do próprio construto de raça, principalmente quando pensamos no contexto brasileiro, marcado pelo mito da democracia racial e exaltação à

mestiçagem, que agem de forma velada para minimizar os impactos do racismo estrutural presente na sociedade (Moore, 2007; Araújo; Santos; Fernandes; Lacerda, 2020).

É importante ressaltar que o racismo se manifesta sob prismas diversos em contextos históricos, culturais, econômicos e sociais distintos², sendo vários os dispositivos de invisibilização e exclusão racial e, consequentemente, epistêmicas. "Esse não-direito [...] privilegiou os grupos dominantes na construção da história como ciência e como culto público, por isso o papel da memória coletiva se perfaz importante para a sobrevivência dos grupos excluídos" (Araújo; Santos; Fernandes; Lacerda, 2020, p. 8-9). Assim, compreendemos que não há neutralidade nas formas de autoridade estabelecidas por meio das trocas de poder já que, o negro, em sua constante luta pela reconquista de seu lugar como fonte de uma episteme própria, é constantemente oprimido e silenciado, dentro das diferentes formas de manifestação do racismo na sociedade.

Miranda Fricker apresenta em sua obra dois tipos de injustiças epistêmicas: a hermenêutica, que está relacionada " [...] a injustiça de ter uma área significativa de sua experiência pessoal obscurecida do entendimento coletivo em razão de um preconceito estrutural de identidade presente no recurso hermenêutico coletivo" (2023, p. 205), e a testemunhal, conceito chave em que baseamos nosso estudo. A injustiça testemunhal está intrinsecamente ligada ao preconceito de identidade e se manifesta quando a palavra de um determinado grupo ou pessoa é sistematicamente ignorada, perpetuando um sistema opressor de validação epistêmica. Atualmente, a literatura científica da área da Ciência da Informação (CI) tem considerado outros tipos de injustiças epistêmicas, como a curricular e a participativa, respectivamente relacionadas "à falta de recursos físicos que permita fomentar o desenvolvimento epistêmico dos sujeitos e comunidades [...] e à exclusão dos sujeitos na participação no seu processo de desenvolvimento epistemológico" (Silva; Garcez; Silva, 2022,

² Como exemplo, podemos elencar o sistema de segregação racial que se estabeleceu nos Estados Unidos, deixando marcas profundas na população negra, que se viu excluída dos espaços educacionais, tendo seu direito ao conhecimento negado, e suas narrativas, excluídas do *locus* tradicional do saber (Bueno, 2024). No caso brasileiro, o racismo estrutural (Almeida, 2018), o "racismo à brasileira" (Fonseca, 2012) é uma chaga social que pode ser considerada uma das questões desencadeadoras destas diferentes formas de manifestações. Vide, por exemplo, a obra de Dagoberto Fonseca (2012) sobre as piadas, o riso e o racismo; o texto de Ângela Figueiredo e Ramón Grosfoguel (2009) sobre a negação do racismo no espaço universitário; os estudos de branquitude de Lourenço Cardoso (2014); as teses sobre pactos narcísicos e relações de poder nas organizações e no serviço público de Cida Bento (2002) e Vitor Andrade e Leonardo Martins (2023).

p. 7). Podemos perceber, então, que as injustiças epistêmicas caminham ao lado do processo de subestimação do racismo que, como já apontado por Moore (2007, p. 29):

[...] trata-se de legitimar e consolidar a posição do segmento racial dominante, mediante um discurso e práticas conscientemente orientadas para a manutenção de um status quo. Mas a trivialização do racismo também procede do intento do segmento dominante de deslegitimar as crescentes lutas reivindicatórias das populações-alvo do racismo.

Ao analisarmos a situação problema escolhida para análise em nosso trabalho, podemos verificar esse dispositivo atuando na manutenção do racismo estruturalizado na sociedade por meio da reprodução dos mecanismos da injustiça testemunhal.

2 O CASO GOLLORIA *VERSUS* YOUTHFORIA

A *tiktok*er Golloria George é uma criadora de conteúdo, nascida no Sudão do Sul e refugiada nos Estados Unidos. Atuante no nicho de maquiagem e beleza, ela usa sua influência na rede para chamar a atenção de grandes marcas de cosméticos sobre seus produtos — ou falta deles — com enfoque na pele negra. Com mais de 2 milhões de seguidores, Golloria ganhou notoriedade por sua série de vídeos intitulada “*The darkest shade*”³ por meio da qual avalia na prática os tons de base mais escuros disponíveis no mercado, advogando por cartelas de cores mais democráticas para a pele negra. Apesar de seu sucesso na rede, Golloria foi o epicentro de uma polêmica com a marca de maquiagem *Youthforia* ao questionar o posicionamento da empresa em relação a um lançamento de um produto voltado para a pele negra. Assim, meses após o primeiro vídeo criado por ela sobre a falta de tons mais escuros em sua cartela de cores de uma base, a marca resolveu lançar novos tons como forma de, indiretamente, responder a influenciadora e a exigência de seu público. Porém, ao colocar no mercado um produto alegadamente pensado para a pele retinta, a marca foi acusada de cometer racismo cosmético, por não levar em consideração os desejos de seu suposto público-alvo e entregar uma base que se assemelha a tinta preta pura — sem subtons ou qualquer indício de uma pesquisa de colorimetria.

Diante desse cenário apresentado, chegamos as seguintes problemáticas que norteiam nosso artigo: como a injustiça epistêmica se faz presente na postura da marca

³ “O tom mais escuro”, em tradução livre.

Youthforia em sua relação com o público negro e por que a mediação da informação realizada pela *tiktoker* Golloria George influencia e fortalece o protagonismo negro, não apenas na indústria da beleza, como na sociedade? A partir destes questionamentos, pretendemos, por meio de um olhar regido por pressupostos da CI, desenvolver a temática da mediação como uma ação norteadora para a busca da Competência em Informação (CoInfo) nas redes sociais, sob uma perspectiva de combate às injustiças epistêmicas estabelecidas nas instâncias de valoração do conhecimento. Os próximos tópicos buscam, respectivamente, desenvolver a fundamentação teórica, elucidar a metodologia adotada e discutir os resultados alcançados por meio da análise do *corpus* de nossa pesquisa.

3 INFORMAÇÃO NAS REDES, IDENTIDADE RACIAL E PADRÃO DE BELEZA

As redes sociais são o reflexo de uma sociedade, contextualizadas em um tempo e espaço específicos. Se no começo do século a transmissão da informação ainda estava restrita a uma via de mão única, pouco mais de duas décadas foram suficientes para transformar drasticamente o modelo tradicional de sua produção, apropriação e reconfiguração. “Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades”⁴, mas a informação permanece como unidade essencial, produtora de sentidos e formadora de opiniões. E com esse novo modelo de explosão informacional, cada vez mais somos influenciados e tomamos decisões baseados naquilo que encontramos online.

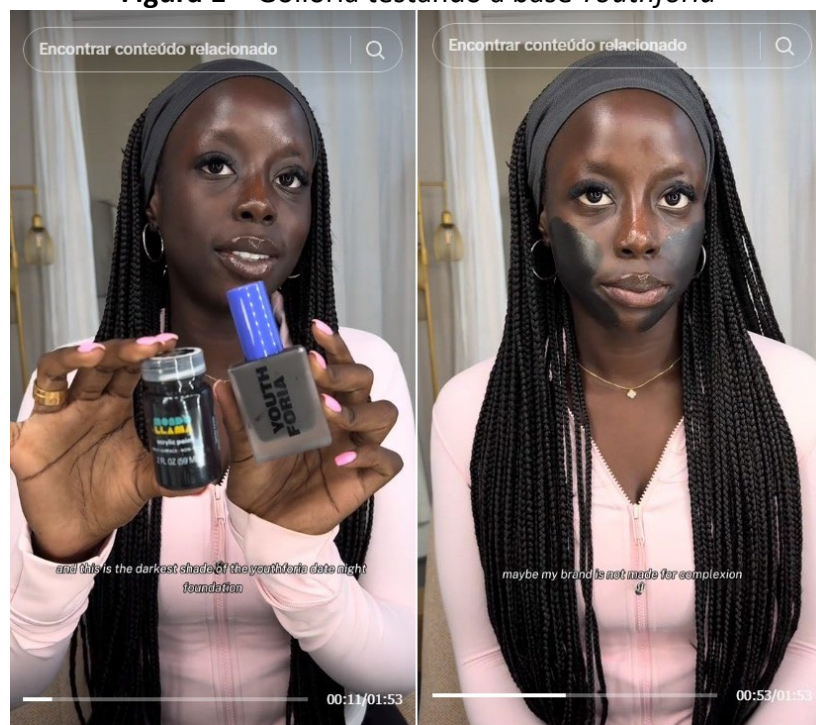
A *algoritmização* da vida já é uma realidade e o modo como consumimos a informação que nos é mostrada tem moldado o interesse dos usuários das redes. Uma nova episteme baseada em uma economia digital — na qual nos tornamos produtos — tem modificado a forma como os sujeitos se enxergam e a noção de alteridade tem se tornado cada vez mais fluida. Passamos por uma constante homogeneização que busca por um modelo que englobe desde os aspectos físicos quanto os psicológicos das pessoas. E isso fica ainda mais evidente quando pensamos na indústria da beleza ocidental, em que o belo e desejável tem como regra um corpo branco, cisgênero e magro, sendo o diverso menosprezado e descartado.

A frequente utilização de filtros que alteram a aparência das pessoas nas redes é um exemplo, e tem gerado um debate crescente sobre o seu papel na manutenção de uma

⁴ CAMÕES, Luís de. Rimas: Primeira parte, Sonetos. *In*: Obra completa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2008.

estética embranquecida da sociedade, que reproduz opressões e normaliza o racismo estrutural sob uma pretensa neutralidade (Silva, 2022). E a própria indústria da beleza, ao pautar-se em números e tendências das redes sociais, perpetua esse padrão, em um ciclo cada vez mais retroalimentado por vieses preconceituosos que excluem as pessoas negras de um potencial mercado de maneira sistemática (Lawson, 2020). Nesse contexto, emerge o conceito de racismo cosmético⁵ por meio do qual as marcas, ao não entenderem a diversidade da pele negra, reforçam estereótipos de cor, negligenciando, desrespeitando e excluindo pessoas pretas do direito de terem produtos feitos sob medida para o tom de sua pele.

Figura 1 – Golloria testando a base *Youthforia*



Fonte: Extraído de @golloria/TikTok (2024).

Assim, a presença de Golloria George no *TikTok* pode ser vista como parte de um movimento social de resistência pelo qual ela reivindica, não somente para si, mas para toda uma categoria, um espaço de poder (Lawson, 2020). Ao criar a série de vídeos “*The darkest shade*” a influenciadora advoga não apenas por visibilidade negra pela indústria da beleza,

⁵ Conforme postula o autor, influenciador e ativista de pele Tássio Santos, o racismo cosmético ocorre quando a indústria da beleza negligencia a diversidade da pele negra, por meio da ausência de produtos específicos para esse público em seus produtos, perpetuando o racismo estrutural da sociedade.

mas por uma transformação sistêmica de uma sociedade que ainda insiste em não reconhecer a importância do movimento negro pela reconquista de seu lugar. Como postula o sociólogo e professor Manuel Castells (2013), o online e o real se atravessam na construção de um novo espaço de ação e luta para a transformação social. Os movimentos são feitos de indivíduos, e cada um deles, ao ser impactado pela mediação realizada por Golloria, torna-se um potencial mobilizador em busca de uma transformação que extrapole as redes e impacte a realidade.

4 DA MEDIAÇÃO PARA A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO

A CI, em sua constante busca pela compreensão dos fenômenos informacionais e suas mais diversas manifestações, tem ampliado o escopo de seu objeto de estudo ao fornecer o referencial teórico que auxilie no entendimento de novas questões que permeiam o cenário da pós-modernidade. Assim, por meio de conceitos sedimentados na área, podemos analisar temas tão atuais como o caso escolhido em nossa pesquisa.

Golloria George, como influenciadora digital na área da beleza, atua como uma intermediária entre grandes marcas e seu público em potencial. Ao estabelecer uma relação de confiança com seus seguidores — e uma infinita rede de conexões de usuários da rede — Golloria se estabelece como uma referência em seu nicho de atuação (Abidin; Ots, 2016) e como fonte de informação a ser consultada. Assim, por meio de seu conteúdo, a influenciadora age como uma agente mediadora, ao interferir na forma como as pessoas podem se apropriar e lidar com a informação advinda das redes.

A Mediação da Informação, conforme aponta Almeida Júnior (2015) em sua clássica definição, é conceituada como toda ação de interferência que busca a apropriação da informação pelos sujeitos em um contexto de necessidade informacional. Saindo dos limites dos ambientes informacionais tradicionais, trabalharemos aqui com a mediação em uma perspectiva que engloba contextos não formais de ensino e circulação da informação. A figura da influenciadora é vista, então, como agente essencial para o início desse processo. Nessa conjuntura, observamos que o ato de mediação deve ser percebido como um fenômeno coletivo emancipatório. Conforme postulam Castro e Almeida Júnior (2022, p. 7) “a informação encontra-se inserida em sentidos ideológicos [...] imersa em conflitos, lutas pelo poder e pelo domínio da racionalidade instrumental”. Tal afirmativa vai ao encontro das questões elencadas anteriormente em nosso trabalho, principalmente sobre as tensões

raciais da sociedade espelhadas no ambiente virtual, permeadas por injustiças epistêmicas e disputas de poder.

A influenciadora Golloria, por meio dos vínculos que constrói com seu público, utiliza o seu conteúdo como ferramenta mediadora da informação, buscando ressignificar a compreensão do racismo na indústria da beleza. Assim, ao estimular a problematização de questões que permeiam as relações humanas, Golloria transforma seu perfil no *TikTok* em um “espaço político da interação, da troca e da intersubjetividade” (Gomes, 2019, p. 15). A Mediação da Informação é, portanto, o elemento catalisador de um processo de emancipação da coletividade e busca do protagonismo social, especialmente, se pensarmos em vozes tradicionalmente silenciadas como as do movimento negro. O processo, porém, vai além, quando a informação mediada e apropriada se torna insumo para o desenvolvimento de uma postura crítica e empoderada (Belluzzo; Santos; Almeida Júnior, 2014). E isso acontece quando as pessoas mudam a forma como lidam com a informação, transformando-a em arma de poder, por meio da ColInfo.

O conceito de ColInfo foi ganhando densidade ao longo do tempo, partindo de uma perspectiva tecnicista de formação e treinamento de usuários para a visão holística de um aprendizado contínuo e progressivo ao longo da vida (Dudziak, 2003). Atualmente, Alves (2023) e o grupo NERSI⁶ tem ampliado a interpretação do conceito ao trazer a ColInfo como resultado de um processo ligado não somente ao aprendizado ao longo da vida, mas no desenvolvimento de uma mentalidade voltada à transformação e busca por justiça social, por meio da qual não somente o indivíduo, mas toda a coletividade, estarão voltados ao combate de problemáticas contemporâneas, como o próprio epistemicídio, que se apresenta como uma forma extrema de injustiça epistêmica.

Assim, ressalta-se a importância da ColInfo nas ações dos sujeitos em suas interações com o social, agindo eticamente e utilizando a informação como um aparato que os instrumentalize a se tornarem protagonistas das mudanças que promoverão a diminuição das injustiças epistêmicas, bem como sua emancipação social.

Golloria George, por meio de sua série de vídeos “*The darkest shade*”, direciona seu conteúdo para a promoção dessa mudança, ao despertar o seu público para que desenvolvam a ColInfo e consigam discernir sobre as “estruturas de poder que impactam na criação e na

⁶ Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Recursos, Serviços e Práxis Informacionais, grupo de pesquisas vinculado à Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

disseminação da informação” (Saunders *apud* Silva *et al.*, 2022, p. 147). Em seu papel de mediadora, ela estimula a busca por competências que tornem seus seguidores pessoas curiosas e críticas, que vão além da superfície e questionam o posicionamento de marcas que reproduzem o racismo estrutural na sociedade. Afinal, não é apenas um tom de base mais escuro, mas o que ele representa e perpetua, após anos de escravização, segregação e desumanização das pessoas negras.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As escolhas metodológicas de nossa pesquisa seguem o seguinte desenho: aplicada, do ponto de vista de sua finalidade; qualitativa, referente à forma de abordagem do problema; exploratória, quanto aos seus objetivos; utilizando como procedimentos técnicos o estudo de caso e a pesquisa *ex-post-facto* de forma integrada e a análise de conteúdo para a análise dos dados. A escolha do estudo de caso permite, por meio da observação de uma situação particular, a análise holística de um fenômeno social complexo e contemporâneo (Yin, 2015). O caso escolhido tem relevância para nossa investigação por demonstrar, em um contexto real, como a injustiça epistêmica circunda as relações entre os sujeitos. Mostra, também, o poder da Mediação da Informação como arma de resistência entre vozes marginalizadas e seu papel para impulsionar o desenvolvimento da ColInfo pelos sujeitos.

Por se tratar da análise de uma sequência de fatos já ocorridos, optamos, também, pela utilização da pesquisa *ex-post-facto* que tem como característica seminal a coleta de dados *a posteriori*. Conforme postula Gil (2008) a pesquisa *ex-post-facto* é “uma investigação sistemática e empírica na qual o pesquisador não tem controle direto sobre as variáveis independentes, porque já ocorreram suas manifestações ou porque são intrinsecamente não manipuláveis”. Assim, analisaremos uma possível correlação entre os vídeos postados pela *tiktoker* Golloria George e seus desdobramentos na postura da marca *Youthforia* — desde a criação de um novo tom de base escuro até a retaliação sofrida pela marca ao ser acusada de desrespeitar as pessoas negras com seu novo produto.

O *corpus* da nossa pesquisa foi delimitado em uma sequência de doze vídeos criados pela influenciadora Golloria entre o período de 27 de setembro de 2023 a 06 de maio de 2024. Nossa pesquisa se deteve na análise do conteúdo dos vídeos postados por Golloria, tendo em vista que os comentários estão em um permanente *crescendo*, o que impossibilita a

mensuração em sua totalidade. Os vídeos mostram desde o seu primeiro contato com um produto da marca, os constantes questionamentos recebidos por usuários do *TikTok* sobre a fidedignidade de sua opinião, a viralização de seus comentários sobre a postura ética da empresa como marca, até a repercussão negativa gerada nos meios de comunicação e redes sociais. Escolhemos a análise de conteúdo que, segundo Bardin (2016) é uma ferramenta que permite, por meio de técnicas específicas, a análise de mensagens com o objetivo de identificar padrões e compreender seu contexto de produção e recepção, por meio da inferência de informações.

Assim, por meio de análise temática do conteúdo dos vídeos, buscamos, por meio de uma codificação, inferir e interpretar o que está além do implícito, tanto na fala de Golloria, quanto na postura da marca *Youthforia*. Ao nos aprofundarmos nessa análise, poderemos sistematizar as ações de Mediação da Informação realizadas pela influenciadora e suas possíveis implicações para auxiliar no desenvolvimento da ColInfo dos usuários impactados pelos seus vídeos.

6 ANÁLISE DO *CORPUS* DA PESQUISA E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Seguindo o desenho metodológico proposto por Bardin (2016), as etapas para a sistematização dos dados foram seguidas na seguinte ordem conforme apresentado no quadro abaixo:

Quadro 1 – Etapas para elaboração da análise

Etapas	Ação
PREPARAÇÃO	Seleção e transcrição dos vídeos a serem analisados
CODIFICAÇÃO	Leitura, seleção e codificação dos termos conforme sua relevância
CATEGORIZAÇÃO	Agrupamento dos termos e códigos em categorias padronizadas
ANÁLISE	Análise dos resultados observados

Fonte: Adaptado de Bardin (2016).

Os conceitos extraídos das transcrições dos vídeos selecionados foram obtidos por meio de simplificações da realidade para torná-la inteligível, ou seja, passível de ser analisada

de forma objetiva. À medida que os termos foram sendo cotejados, realizamos a análise temática das falas de Golloria com a codificação de seus enunciados em categorias empíricas. Foram identificados 10 termos durante a leitura da transcrição dos vídeos: Constatação, Desinteresse, Explicação, Impostura, Incredulidade, Indignação, Pretexto, Recorrência, Reflexão e Representatividade. Todos os termos foram selecionados por representarem impressões dadas pela influenciadora em cada conjunto de enunciados analisados. Após o levantamento, foi possível a criação de duas categorias analíticas para a alocação dos mesmos: a primeira foi denominada ‘Racismo cosmético’ (Código RC) e diz respeito à postura da marca; a segunda foi denominada ‘Injustiça epistêmica’ (Código IE) e diz respeito ao questionamento do testemunho da influenciadora.

Os dados foram sistematizados em ordem alfabética na Tabela 1, dando uma primeira visão de como os termos selecionados expressam situações concretas que implicam na constatação de: uma injustiça epistêmica arraigada não apenas na indústria da beleza, como na sociedade, já que constantemente a influenciadora precisa se “explicar” e “provar” seu ponto de vista; e do racismo cosmético presente na postura da marca *Youthforia*, tendo em vista o descaso com que lida com toda a situação.

Tabela 1 – Termos e categorias

TERMO	FREQUÊNCIA	CÓDIGO
Constatação	11	IE
Desinteresse	8	RC
Explicação	7	IE
Impostura	8	RC
Incredulidade	12	RC
Indignação	6	RC
Pretexto	6	IE
Recorrência	4	RC
Reflexão	14	IE
Representatividade	7	RC
TOTAL	83	

Fonte: Elaborado pelas autoras

O termo ‘Reflexão’ é que mais aparece na tabela e representa o quanto a influenciadora usa de seu espaço no *TikTok* para analisar e mediar a informação para o seus seguidores e sua rede, mostrando que não é aceitável a postura da marca em relação ao

público negro, e como essa mesma postura reflete o enraizamento de injustiças epistêmicas no mercado da beleza. Tais injustiças também são refletidas pelo termo 'Incredulidade' que aparece em nosso *corpus* refletindo os absurdos no posicionamento da marca e de algumas pessoas que tentam amenizar o caso com eufemismos. Logo no primeiro vídeo publicado por Golloria, e que deu início a polêmica, percebemos na fala da influenciadora que esta incredulidade reflete bem os mecanismos de invisibilização da voz negra na indústria cosmética.

Este é o tom mais escuro... é o 'alegado' tom aqui na sala com a gente. Isso continua acontecendo porque a inclusão de tons não é algo que a indústria da beleza se preocupa. Ela não se importa. [...] Eu me sinto enganada. Este é o tom que aparece online, e este é o tom no modelo. Como podemos ver aqui, alguém está mentindo. Não há como esses serem os mesmos dois tons. Você está vendo o que eu estou vendo? Você consegue me ver? [...] em 2023, você mentir sobre os tons online [...] talvez devêssemos dar um passo para trás como um todo, [não apenas] como empresa, [mas] como indústria da beleza per se [...] eu tenho algumas perguntas (George, 2023, transcrição).⁷

Sua indignação com a situação demonstra como as injustiças epistêmicas se manifestam, em todas as suas vertentes, de maneira categórica no caso analisado: a testemunhal, quando o testemunho das pessoas negras é descredibilizado, perpetuando estigmas; a hermenêutica, por meio do silenciamento do negro sobre o conhecimento de sua própria pele; curricular, pela institucionalização do racismo nas formas de geração do conhecimento; e participativa, pelo impedimento de que profissionais negros especialistas na área sejam acionados para a criação de um produto que seja realmente pensado para a pele retinta, sub-representando todo um grupo de pessoas que deveria ser privilegiado na criação de um tom de base que os retrate fidedignamente.

Na Tabela 2 podemos observar que a injustiça epistêmica circunda toda a cadeia de acontecimentos do caso analisado, e o racismo, em sua vertente cosmética, que subjaz como

⁷ Tradução livre de: *"This is the darkest shade... is the alleged shade here in the room with us. This keeps happening because tone inclusivity is not something these beauty companies are worried about. They do not care. [...] I feel like I've been lied to so bad. This is what the shade looks like online, and this is what the shade looks like on the model. As we can see here, somebody is lying. There is no way these are the same two shades. Are you seeing what I'm seeing? Do we see each other? [...] in 2023, for you to be lying about your shades online [...] maybe we should take a step back. That's really as a whole, [not only] as a company, [but] as a beauty industry in itself. [...] I have some questions.* Fala transcrita da influenciadora Golloria George no vídeo postado em seu perfil no TikTok em 27/09/2024.

motivação principal para justificar que esse tipo de situação ainda esteja presente na sociedade.

Tabela 2 – Categorias e frequência

Categoria analítica	FREQUÊNCIA DE OCORRÊNCIA	
	Absoluta	Relativa (%)
Racismo cosmético	45	54%
Injustiça epistêmica	38	46%
TOTAL	83	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras

Por meio da análise dos resultados fica evidente a correlação entre o racismo entranhado na indústria da beleza e a perpetuação das injustiças epistêmicas as quais pessoas negras são recorrentemente submetidas. Apesar da proximidade entre as categorias, podemos inferir que o racismo ainda é o motor que impulsiona a exclusão das pessoas negras dos lugares de protagonismo social, relegando constantemente sua episteme à um lugar de subserviência as esferas de poder dominantes.

É importante ressaltar, porém, que para o público de Golloria no *TikTok*, é por meio da mediação realizada pela influenciadora que essas questões vêm à tona. Por mais que as pessoas sintam um incômodo com a postura da marca *Youthforia* e com os desdobramentos da situação, somente quando o racismo é nomeado — e endereçado — explicitamente é que pode ser combatido. A Mediação da Informação, nesse cenário, é o gatilho que permite que o público de Golloria entenda a real dimensão do assunto abordado por ela, afinal, a informação é conhecimento em estado de compartilhamento e uma potencialidade geradora de ação (Gomes, 2019, p. 15). E é por meio desse compartilhamento que a influenciadora mobiliza e instiga seus seguidores. Quando Golloria diz: "Garotas de pele negra, continuem a exigir essa inclusão, pois isso é sobre a gente, vamos abalar as estruturas. É assim que criamos a mudança"⁸— ela abre o caminho para que eles, movidos pela apropriação dessa informação, sejam capazes de agirem de forma crítica reflexiva e se tornarem agentes de mudança. E aqui, a ColInfo, como um processo de mobilização emancipatória, exerce o seu papel ao contribuir

⁸ Tradução livre de: *"Dark skin beauty girls continue to advocate for this inclusivity, because if we got something to do with it, yeah, we're gonna make it shake. This is how you create change"*. Fala transcrita da influenciadora Golloria George no vídeo postado em seu perfil no *TikTok* em 03/05/2024.

para que, não apenas mulheres negras, mas toda uma coletividade, ergam a voz contra as injustiças epistêmicas as quais sempre estiveram sujeitos e exerçam o direito de serem respeitados por apenas serem quem são.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da pesquisa, procuramos analisar como a injustiça epistêmica atua na sociedade por meio de um estudo de caso de racismo cosmético. Por meio da análise de conteúdo dos vídeos selecionados, foi possível constatar que o racismo estrutural é o ponto de partida para a perpetuação de injustiças epistêmicas na indústria da beleza, e que isso é apenas um reflexo da sociedade como um todo. Assim, consideramos que, para mudar esse *status quo*, os sujeitos informacionais se utilizam de novos espaços para lutarem contra a perpetuação de estereótipos identitários e que a informação é a arma mais poderosa no vertiginoso contexto das redes sociais. Dessa forma, consideramos que alcançamos nosso objetivo de pesquisa ao explicitar como a Mediação da Informação é a estratégia que embasa a postura da influenciadora digital Golloria George. Ao interferir diretamente no discurso da marca *Youthforia*, observamos a ação de Golloria como mediação da informação, por meio da qual ela age para que seu público compreenda a gravidade da situação, além de explicitar que eles devem se tornar agentes na luta contra a normalização da exclusão de pessoas negras da indústria cosmética. Ademais, ela também incentiva o seu público a desenvolver a ColInfo por meio atitudes concretas ao mostrar que, por meio do uso crítico e ético da informação, é possível estabelecer um ambiente de mudança na sociedade. Sendo assim, podemos considerar, que a informação mediada é a ferramenta para o combate do racismo e a ColInfo o instrumental necessário para que seja estabelecido um processo contínuo pela desconstrução de padrões e de emancipação em direção ao protagonismo social negro.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, C.; OTS, M. Influencers tell all?: unravelling authenticity and credibility in a brand scandal. *In*: EDSTRÖM, M.; KENYON, A. T.; SVENSSON, E. M. (ed.). **Blurring the lines**: market-driven and democracy driven freedom of expression. Göteborg: Nordicom, 2016. p. 153-161. Disponível em: <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1051578/FULLTEXT01.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2024.
- ADICHIE, C. N. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ALMEIDA JÚNIOR, O. F. de. Mediação da informação: um conceito atualizado. In: BORTOLIN, S.; SANTOS NETO, J. A. dos; SILVA, R. J. da (org.). **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: ABECIN, 2015. p. 9-32.

ALMEIDA, S. L. de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

ALVES, A. P. M. Competência em informação: ativo para uma sociedade em constante transformação digital. **Revista Código 31**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 103-111, jul./dez. 2023. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/codigo31/article/view/9785>. Acesso em: 20 jun. 2024.

ANDRADE, V. L. de; MARTINS, L. O. S. S. A perpetuação do racismo estrutural e institucional por meio da invisibilização da pessoa preta e da sua história nos centros hegemônicos de exercício dos poderes da União. **Revista direitos, trabalho e política social**, Cuiabá, v. 9, n. 16, p. 26–52, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.56267/rdtps.v9i16.14895>. Acesso em: 16 set. 2024.

ARAÚJO, D. F. M. da S. de; SANTOS, W. C. da S.; FERNANDES, A. de O.; LACERDA, L. C. História, memória e ressentimento: revisitando a trajetória de exclusão da população negra no Brasil. **RELACult**, Foz do Iguaçu, v. 6, n. 6, p. 1-19, mar. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.23899/relacult.v6i6.1807>. Acesso em: 12 set. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BELLUZZO, R. C. B.; SANTOS, C. A. dos; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. de. A competência em informação e sua avaliação sob a ótica da mediação da informação: reflexões e aproximações teóricas. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 60-77, maio./ago. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2014v19n2p60>. Acesso em: 5 de jun. 2024.

BENTO, M. A. da S. **Pactos narcísicos no racismo**: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público. 2002. 169 f. Tese (Doutorado em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/T.47.2019.tde-18062019-181514>. Acesso em: 16 set. 2024.

BUENO, E. O feminismo negro contra a injustiça epistêmica: um estudo das abordagens de Sueli Carneiro e Patricia Hill Collins. **Civitas**, Porto Alegre, v. 24, n. 1, p. 1-20, jan./dez. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2024.1.44575>. Acesso em: 11 set. 2024.

CARDOSO, L. da C. **O branco ante a rebeldia do desejo**: um estudo sobre a branquitude no Brasil. 2014. 290 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/115710>. Acesso em: 16 set. 2024.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTRO, J. L. de; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. de. Mediação da informação e reconhecimento intersubjetivo: aproximações. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 27, n. 1, p. 1-22, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2022.e87521>. Acesso em: 5 de jun. 2024.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 7, n. 1, p. 571-591, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22168/2237-6321.7.7.1.571-591>. Acesso em: 14 set. 2024.

DOTSON, K. Tracking epistemic violence, tracking practices of silencing. **Hypatia**, Eugene, v. 26, n. 2, , p. 236-257, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2011.01177.x>. Acesso em: 10 set. 2024.

DUDZIAK, E. A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 1, jan./abr. 2003, p. 23-35, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v32n1/15970.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2024.

FANON, F. **Pele negra, máscaras brancas**. São Paulo: UBU, 2020.

FIGUEIREDO, Â.; GROSGOUEL, R. Racismo à brasileira ou racismo sem racistas: colonialidade do poder e a negação do racismo no espaço universitário. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 12, n. 2, p. 223-234, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70312344003>. Acesso em: 16 set. 2024.

FONSECA, D. J. **Você conhece aquela?** A piada, o riso e o racismo à brasileira. São Paulo: Selo Negro, 2012.

FRICKER, M. **Injustiça epistêmica: o poder e a ética do conhecimento**. São Paulo: EDUSP, 2023.

GEORGE, G. **golloria**. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@golloria>. Acesso em: 10 jun. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, H. F. Protagonismo social e mediação da informação. **Logeion: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 10-21, 2019. Disponível em: <https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/4644>. Acesso em: 4 jun. 2024.

LAWSON, C. E. Skin deep: callout strategies, influencers, and racism in the online beauty community. **New Media & Society**, [S.l.], v. 23, n. 3, 596-612, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444820904697>. Acesso em: 10 jun. 2024.

MOORE, C. **Racismo e sociedade: novas bases epistemológicas para entender o racismo**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2007.

SILVA, F. C. G. da; GARCEZ, D. C.; FEVRIER, P. R.; ALVES, A. P. M. Justiça social e população negra: um olhar teórico-crítico para competência em informação. **Perspectivas em Ciência**

da Informação, Belo Horizonte, v. 27, n. 2, p. 129-162, abr./jun., 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/40060/30703>. Acesso em: 19 jun. 2024.

SILVA, F. C. G. da; GARCEZ, D. C.; SILVA; R. A. da. Conhecimento das margens: da injustiça epistêmica à valorização do conhecimento negro em Biblioteconomia e Ciência da Informação. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 27, n. 1, p. 1-19, 2022. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1885>. Acesso em: 14 set. 2024.

SILVA, T. **Racismo algorítmico**: mídia, inteligência artificial e discriminação nas redes digitais. São Paulo: Sesc SP, 2022.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.