

Aproximações Entre a Plataformização do Jornalismo e a Pejotização do Trabalho de Jornalistas¹

Lorrana Rodrigues FREITAS²

Daniela Osvald RAMOS³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

O objetivo deste estudo é explorar, a partir dos conceitos de plataformização e pejotização, a degradação do trabalho de jornalistas no Brasil. Esse artigo propõe descrever os detalhes, impactos, repercussões e contextos em que se encaixa o relacionamento entre a plataformização e a pejotização dentro do jornalismo. O trabalho apoia-se na noção de plataformização do jornalismo para, de modo mais amplo, discutir as variadas relações dela com o trabalho de jornalistas, focando em como a práxis é bastante influenciada pelos modelos de negócio das plataformas e pelos algoritmos presentes no meio digital.

PALAVRAS-CHAVE: plataformização; trabalho digital; pejotização; jornalismo; comunicação digital.

Introdução: plataformização e consumo informacional

A plataformização se caracteriza pela penetração de atividades antes físicas e presenciais no meio digital. Uma pesquisa de informações que antes se fazia em um Atlas ou outro tipo de livro de compilação de conhecimentos, passa para o online como “dar um Google”. Aos poucos, muitas outras atividades se inseriram nesse meio. Por exemplo, não demorou muito para que os canais de notícias criassem seus próprios sites na World Wide Web e começassem a veicular por ali também os conteúdos que eram criados pela redação. O jornal, a televisão, as revistas não morreram, inicialmente a internet era apenas mais um canal, que foi ganhando grande relevância com o passar dos anos, principalmente a medida em que a empresa Microsoft atualizava seus servidores de software e diminuía o tempo com que seu computador ligava, que uma página abria, dentre outros. Claro, a própria evolução da internet, a criação da banda larga e posteriormente do Wi-fi, também ajudou para que o número de usuários aumentasse gradativamente. Afinal, em tempos de internet discada os horários de acesso eram

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestranda do PPGCOM da ECA-USP, email: lrranarf@gmail.com.

³ Professora Doutora e Orientadora nos cursos de pós-graduação do PPGCOM - USP, email: dosvald@gmail.com

limitados, pois o custo de ficar ativo durante o dia era alto, além de bloquear as linhas telefônicas durante o uso das ferramentas online.

Um Relatório Digital realizado pela Reuters em 2018 mostrou que a maior parte da população dos centros urbanos utiliza o meio digital como principal método de se informarem e 66% dos entrevistados ainda afirmaram contar com a ajuda de redes sociais para isso. Com isso, a plataformização e seu impacto nas relações de trabalho e no jornalismo digital se tornaram um tópico amplamente discutido em diversas pesquisas no Brasil e no mundo. São muitos os desafios que rodeiam a pesquisa nesse campo, uma vez que o meio digital é regido por algoritmos, que são tão complexos em sua infraestrutura que a sua compreensão externa é baseada e limitada às suas consequências. Afinal, mesmo tendo acesso ao código-fonte, até para o mais experiente programador, seria impossível desmembrar todas as suas nuances, fenômeno também conhecido como “encaixapretamento” (D’ANDRÉA; JURNO; DALBEN, 2019). Nuances as quais são o principal problema de pesquisa de muitos dos estudos que contam com análise de algoritmos: quais são os fatores de ranqueamento dos mecanismos de buscas? Quais são as regras específicas que ditam que um conteúdo fique na primeira página de resultados ou na décima oitava? Cruz (2021) nos permeia com algumas opções de como é possível analisar o funcionamento de algoritmos nesse contexto do encaixapretamento:

São inúmeras as situações de uso do ambiente digital que demonstram habilidades em deduzir o funcionamento de algoritmos: profissionais de S.E.O. (Search Engine Optimization, em inglês) e os spammers que praticam testes e engenharia reversa; produtores de conteúdo que se orientam pela otimização de mecanismos de busca e criam modos especiais de edição de suas textualidades; usuários que operam hashtags para se juntar a conversas online, mas que, na verdade, entram para um hall de informação selecionada por algoritmos; pesquisadores que criam métodos de observação em plataformas para colher resultados com menor impacto algorítmico, entre outros. (p.10)

Todo o meio digital é rodeado por algoritmos: nas redes sociais que temos, nos mecanismos de busca nos quais buscamos respostas, nos anúncios que chegam até você, todos eles são intermediados por algoritmo desenvolvidos por plataformas digitais, ou seja, ele está mais presente do que muitos podem imaginar e sua atuação pode ter

ramificações políticas. A lógica da filtragem da informação é baseada em uma série de decisões e lógicas codificadas em linguagem informática que partem de um ser humano com suas próprias opiniões e vivências, inserido em uma estrutura organizacional também com sua própria realidade e interesses, e esse algoritmo filtra a nossa participação na vida pública e também no trabalho, para quem está inserido no contexto de trabalho por plataformas digitais. (GILLESPIE, 2014).

Trabalho no meio digital

Um fenômeno tão grande como a plataformização não se limitou a afetar somente o consumo de informação e o jornalismo, ele também afetou intensivamente as relações de trabalho, uma vez que surgiram diversas formas de trabalho digital e a ascensão delas possibilitou a criação de estruturas e plataformas cada vez mais complexas, que atuam a nível global e caracterizam o trabalho digital com a dispersão geográfica, evitam relações de trabalho formal e não criam proximidade e conexão com os trabalhadores ou entre eles (ANWAR; GRAHAM, 2019). E não é de se surpreender, afinal, o trabalho é um atividade central da vida dos sujeitos e pode assumir papel central na personalidade dos indivíduos em âmbitos sociais e até mesmo pessoais, fazendo com que a atividade remunerada atinja todas as esferas da vida de uma pessoa, mesmo que isso não seja de sua livre e espontânea escolha (SILVA; TOLFO, 2012).

Ainda de acordo com Anwar e Graham, o trabalho digital também impulsiona a chamada *Gig Economy*, o fenômeno no qual o trabalho informal e inconstante cresce na sociedade, isso porque a falta de uma estrutura organizacional física e a não regulamentação (em níveis legais, trabalhistas e até mesmo de proteção de dados, fato que mudou recentemente com a Lei Geral de Proteção de Dados), de diversas plataformas permite que essas relações de trabalho se tornem cada vez mais precárias no que tange o trabalhador, de modo que algumas delas utilizam um modelo no qual os trabalhadores digitais fazem “lances” por determinadas tarefas e, quem oferecer menos, é o escolhido para realizar aquela tarefa; uma mimetização de um leilão inverso trabalhista em uma ambiente digital não regulamentado. Afinal, como protestar contra uma plataforma que não possui materialização física a qual recorrer, ou até mesmo que impede que os usuário conversem com atendentes reais, centralizando o atendimento

em robôs guiados por *machine learning*, além de terem total controle de como a plataforma atua, quando ela funciona, como e quando ela paga seus servidores, dentre outros fatores que impactam a vida de um trabalhador. Um exemplo bom da *Gig Economy* no Brasil que envolve o meio digital e que é palpável para a maioria dos brasileiros, são as plataformas de entrega e transporte, como Uber, Rappi, Ifood, 99, entre outras presentes no mercado, estas sendo apenas algumas das líderes em participação ativa da área. Cria-se uma relação onde o trabalhador não é amparado legalmente por nenhum tipo de entidade, pois não há vínculo empregatício que formalize essa relação de trabalho nem com a plataforma, nem com os usuários desses respectivos sistemas.

Todo esse cenário faz parte da crise da bolha da internet, que se iniciou com a chegada dos anos 2000 e se estende até os dias atuais com grande intensidade, causando uma reorganização de estrutura nas corporações e, conseqüentemente, do capital. Afinal, o capital é também um ponto central que constitui o elemento trabalho na sociedade e que move os sujeitos em direção à essas atividades remuneradas (FÍGARO; SILVA, 2022). No contexto brasileiro, a crescente informalidade no trabalho é produto de um contexto global de informalização que atravessa o processo do trabalho como um todo e, as plataformas nascendo e se desenvolvendo dentro desse contexto, perpetuam essa lógica de modo a buscar mão-de-obra barata em meios digitais e, portanto, informais (ABILIO; AMORIM; GROHMANN, 2021). A crescente *Gig Economy* ainda cria um imaginário perigoso: a ilusão de uma autonomia no trabalhador, que na verdade se traduz em um autogerenciamento subordinado às plataformas, essas que, por sua vez, se auto afirmam um intermediador neutro do trabalho, mesmo que a própria operação do algoritmo em si contenha vieses que possam impactar o trabalho digital em qualidade e remuneração, o que acaba sendo também uma maneira de mascarar a informalidade e a falta de direitos que existe por trás do trabalho digitalizado por e para plataformas (PURCELL, BROOK, 2019).

Para além das teorias, o trabalho por plataformas digitais e sua precarização já apresenta exemplo emblemáticos, como as fazendas de cliques: nome dado às plataformas que vendem seguidores, comentários e curtidas feitas por pessoas reais, que são pagas frações de centavos para realizar um trabalho extremamente repetitivo e que

exige grande volume de trabalho para retornar uma quantidade de dinheiro viável para o trabalhador, que são majoritariamente mulheres que já tinham histórico de trabalho informal e operam em condições precárias, fazendo jornadas que chegam a 12 horas diárias, além de terem que encarar consequências que não são de sua responsabilidade como um eventual bloqueio das suas contas nas mídias sociais, uma vez que essa prática de curtir, comentar e compartilhar publicações em massa é reconhecida por ferir os termos de uso da maior parte dessas redes. E então, como fica o trabalhador que depende dessa renda para se sustentar diante desses bloqueios de suas contas? (GROHMANN, 2022).

Trabalho no contexto da comunicação

No contexto da comunicação, é claro que a plataformização afeta significativamente, por exemplo, a indústria jornalística. Um estudo publicado na Revista de Jornalismo ESPM mostrou que de toda a receita que envolve o meio digital, apenas 7% se concentra na produção de conteúdo, que é onde se encaixa o trabalho do profissional de comunicação, do jornalista, que faz desde a apuração dos fatos até a postagem do conteúdo em uma plataforma digital. Se a concentração do capital encontra outro foco, como esperar que o trabalhador não seja prejudicado? Visto que, historicamente falando, no contexto capitalista o mais atingido pela falta de capital em um meio é o trabalhador, pois quem controla a divisão do dinheiro que circula em uma determinada faixa do mercado são os componentes da gestão de grandes corporações, que sempre se preocupam em manter a concentração do capital em si mesmos. E isso recai sobre o trabalho de jornalistas, como aborda Silva e Fígaro (2022):

Se a precarização das condições de trabalho é uma constante na profissão, na atualidade, o trabalho plataformizado apresenta uma cisão a práticas tradicionais da imprensa, demanda a adoção de novas gramáticas comunicacionais e amplia a polivalência, a flexibilidade, a rotatividade, os baixos salários, a intensificação do ritmo de trabalho e a ampliação das horas diárias trabalhadas, na maioria das vezes sem qualquer contrato e sem reconhecimento de direitos trabalhistas. (p.02)

Um bom exemplo disso é que, em 2016, quando o Facebook atualizou seu algoritmo dando maior visibilidade para vídeos na *timeline* dos usuários, muitas empresas de notícias demitiram jornalistas para substituí-los por produtores de vídeo, a

fim de aumentar sua penetração nas redes sociais e, conseqüentemente, engajamento com o conteúdo postado. Engajamento o qual virou a principal moeda de troca das empresas jornalísticas, pois agora o conteúdo têm que ser comprovadamente acessado de maneira significativa para que anunciantes queiram veicular suas peças publicitárias nos domínios dos jornais digitais e, assim, subsidiar a operação jornalística como um todo. A própria práxis do trabalho jornalístico também é afetada, uma vez que o algoritmo “muda a lógica de quais termos usar, quais palavras destacar, entre outras técnicas de otimização” (BUENO, REINO, 2019). Mudança de lógica que é representada pela filtragem que ocorre por determinadas palavras-chaves, que beneficia conteúdo com maiores quebras entre parágrafos, frases curtas, tópicos explicativos, dentre outras práticas que, na visão dos mecanismos de busca, torna o conteúdo mais “escaneável” para o usuário (BUENO, REINO, 2019). Assim, todo o conhecimento adquirido e já bem consolidado que muitos jornalistas tinham, é afetado, desde a apuração, já que a agora com o meio digital o elemento imediatista de uma notícia e ainda mais relevante que antes para o “sucesso” de uma redação, além da própria escrita que se molda aos fatores de ranqueamento dos mecanismos de busca na promessa de que os conteúdo veiculados atinjam assim um maior número de pessoas. Como explica Cruz (2021), existem inclusive ferramentas que guiam como um título deve ser escrito durante o trabalho jornalístico:

Já o Yoast S.E.O. é um plugin que pode ser adicionado ao Wordpress e que auxilia na configuração de parâmetros de otimização em cada post publicado (S.E.O. On Page). A parametrização é individualizada em cada textualidade que se edita. (p.12)

Além disso, a crescente cultura da vida pública que se realiza e se mimetiza através da rede social, acabou aumentando a expectativa de que jornalistas promovam seu conteúdo e até mesmo eles como personalidades influentes nas mídias sociais; e esse trabalho deve ser feito fora do horário de expediente, ou seja, uma adição de tarefa não remunerada que se espera de um jornalista experiente (POELL; NIEBORG; DUFFY, 2022). Há quem afirme que o livre arbítrio é existente e um profissional não é obrigado a realizar esse tipo de tarefa caso não seja de seu desejo pessoal, mas em um cenário de trabalho com cada vez menos oportunidade e funções cada vez mais precarizadas, o trabalhador é colocado em uma posição de fazê-lo por necessidade,

umentando sua própria relevância no mercado de trabalho, este o qual já constitui tendência de não valorizar o trabalho jornalístico. Fato esse demonstrado não só na diminuição dos salários mas no avanço da chamada pejetização: nome dado ao fenômeno crescente no qual um trabalhador se relaciona com uma empresa sem vínculo empregatício, mas como natureza de prestação de serviços. Assim, o trabalhador é representado por um CNPJ e recebe proventos de seu trabalho por meio da emissão de notas fiscais referentes aos valores e, em muitos casos, conta com responsabilidades que ferem o contrato de prestação de serviços como: horário determinado para expediente, subordinação dentro da corporação contratante, dentre outros elementos fático-jurídicos constituintes de uma relação de emprego. A partir do momento em que o contrato de prestação de serviços entra nos limites de uma relação de emprego, a prática se configura como elisão fiscal e a ação é considerada criminosa, e tanto trabalhador como empresa podem ser indiciados por ela, principalmente se baseando no fato de que quaisquer das partes estaria se aproveitando da natureza de uma relação de emprego mascarada como prestação de serviços para evitar o recolhimento das devidas taxas trabalhistas previstas em lei.

Uma pesquisa de campo realizada para a construção de uma dissertação de mestrado ilustrou bem esse cenário, com cenário palpáveis do mundo jornalístico. Silva (2014), propõe a análise do fenômeno da pejetização no jornalismo, separando-os em três categorias. Primeiramente, temos o PJ Tradicional, que exerce função dentro de redações, editorias, dentre outros trabalhos característicos e comuns, em contrato como prestação de serviços, mas caracterizando relação de emprego. Secundariamente, existe o PJ Eventual, que já entra no contexto da *Gig Economy*, uma vez que este presta serviços eventualmente para diversas empresas jornalísticas, desde a apuração e redação de reportagens até a edição de conteúdos que podem ter sido escritos por outrem. Por fim, os grandes PJs seriam as pessoas mais famosas e renomadas do jornalismo brasileiro que recebem por meio de pessoas jurídicas, nesse caso justamente para diminuir custos com recolhimento de taxas trabalhistas. Para fins de análise dentro do contexto deste artigo, o nosso principal foco serão os PJs Tradicionais e os PJs Eventuais. Dos 16 jornalistas entrevistados para o estudo, apenas um se mostrou contente com o modelo de contratação via pessoa jurídica.

O crescimento da pejetização foi tanta que alguns empregados chegaram a ser impostos de aceitar o modelo de contratação via pessoa jurídica se quisessem continuar trabalhando nas redações.

Alexandre Souza conta que, foi em 2008, que teve início a experiência como pessoa jurídica no jornalismo. Até então, ele trabalhava com carteira assinada no Jornal da Comunidade em Brasília, mas recebeu uma proposta de trabalho com direito a um aumento salarial, desde que se tornasse um PJ. “Para mim foi uma imposição, eu não tive escolha. Era uma regra meio velada na redação porque o jornal só teria condição de bancar esse aumento salarial se eu fosse PJ. Por conta de uma série de custos que o trabalhador gera e isso não seria interessante para o jornal. E eu aceitei e desde então sou PJ”, destaca Alexandre, hoje Chefe de Reportagem na Agência do Rádio. (p.76)

A pejetização se articula diretamente com a precarização do trabalho dos jornalistas no Brasil, o trabalhador perde seu direito às férias remuneradas com adicional de $\frac{1}{3}$, ao 13º salário, ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e até mesmo ao seguro desemprego caso seja demitido, deixando-o completamente desamparado em âmbitos legais, a não ser que entre com um processo trabalhista contra o contratante para reaver seus direitos. A pejetização tem seus efeitos até mesmo em um ambiente acadêmico para análise do trabalho, afinal, a partir do momento que o trabalhador atua como pessoa jurídica, é possível falar em salário? Praticamente falando, empresas não recebem salário, elas geram faturamento, de onde pode ou não advir lucro. Pode-se dizer que a pejetização nesse contexto deturpa a relação sujeito-empresa, descaracterizando o indivíduo como trabalhador, como funcionário, escondendo-o na máscara corporativa do CNPJ.

Conclusão: formas de resistência

A simples existência de formas de resistência às condições de trabalho impostas pelas plataformas, como a criação de sindicatos e cooperativas específicas para trabalhadores de comunicação que operam em meios digitais reforçam a precarização do trabalho do jornalista que vem acontecendo há anos e se insere em um contexto global maior do que um fenômeno apenas regional. Uma das formas de resistência encontradas no contexto do trabalho digital atualmente são as fissuras do poder algorítmico, quando os usuários utilizam da plataforma com intenção de manipular,

subverter e/ou fazer uma ruptura de seu modo de atuação primário em benefício próprio. Por exemplo, algumas plataformas baseiam seus pagamentos na quantidade de demanda, também conhecidas como taxas dinâmicas para os usuários. Assim, os trabalhadores que atuam por essas plataformas comumente descobrem formas de forjar um número alto de solicitações, aumentando as taxas dinâmicas e, conseqüentemente, o valor que é pago por aquele serviço. E as plataformas respondem de forma assimétrica; caso esse tipo de comportamento seja identificado, como é o caso de muitas contas que são banidas e o trabalhador perde sua principal fonte de renda (GROHMANN, ET AL, 2022).

No contexto da comunicação, o cenário ainda é mais complexo quando pensamos em articulação de formas de resistência, de acordo com Fígaro e Silva (2022), “no caso do jornalismo brasileiro, o baixo índice de sindicalização e a estrutura monopolizada do sistema de mídia atuam como fatores de vulnerabilização da categoria”. Ou seja, os desafios de atuação nessa área são muitos e a descaracterização do sujeito como trabalhador por meio da pejetização agrava esse cenário. Por isso, faz-se necessário pensar e analisar formas pelas quais o jornalismo brasileiro pode articular formas de resistência à pejetização e a precarização do trabalho jornalístico. Um bom exemplo de alternativa seria possível de se materializar no cenário brasileiro é a criação de cooperativas de trabalhadores, por exemplo, um jornal no qual todos os trabalhadores que ali atuam tenham uma parte da empresa e trabalhem em conjunto no melhor interesse do coletivo. Alguns jornais independentes, como a Revista AzMina, já trabalham em um modelo parecido, onde todos os trabalhadores recebem os proventos da criação e veiculação do conteúdo, sendo esse capital dividido proporcionalmente entre eles de acordo com cargos e funções.

Além disso, a comunicação ainda possui papel central na resistência à pejetização como um todo e não apenas no jornalismo. Quando olhamos para além de seu essencialismo, a comunicação é um elemento crucial na sociedade que pode sim ser utilizado como forma de resistência por meio de mídias táticas que visam conscientizar, educar, mobilizar e até podem ajudar a organizar movimentos de trabalhadores contra a precarização que a plataformização aplica nas relações de trabalho atualmente. Estudar o tópico e buscar expandir os conhecimentos advindos disso e, mais importante, atingir

peças além da bolha acadêmica, é o primeiro passo para diminuir a assimetria da relação entre plataformas digitais e trabalhadores no contexto da plataformização e da pejetização que atinge trabalhadores que atuam no meio digital como um todo, não se restringindo apenas aos trabalhadores da área de comunicação.

REFERÊNCIAS

Abilio, Ludmila; Amorim, Henrique & Grohmann, Rafael (2021). **Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas**. Sociologias, 23 (57).

Anwar, Mohammad Amir & Graham, Mark (2019). **The global gig economy: towards a planetary labour market?** First Monday, 24 (4).

Costa, Caio Túlio (2014). **Um modelo de negócio para o jornalismo digital**. Revista de jornalismo ESPM, v. 9, p. 51-115.

CRUZ, L. T. de S. **Reconfiguração das práticas de edição de textualidades em ambiente digital a partir de mediações algorítmicas**. Liinc em Revista, [S. l.], v. 17, n. 1, p. e5696, 2021. DOI: 10.18617/liinc.v17i1.5696. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5696>. Acesso em: 2 jun. 2022.

D'Andréa, Carlos; Jurno, Amanda; Dalben, Silvia (2019). **Mapeando controvérsias algorítmicas (e suas tensões com e no jornalismo)**. Experiências metodológicas em textualidades midiáticas, p. 141-162.

Purcell, Christina & Brook, Paul (2022). **At least I'm my own boss! Explaining consent, coercion and resistance in platform work**. Work, Employment & Society, 36 (3), 391-406.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018.

Grohmann, Rafael et al. (2022). **Plataformas de fazendas de cliques: condições de trabalho, materialidades e formas de organização**. Galaxia, 47.

Grohmann, Rafael et al. (2022). **Platform Scams: Brazilian workers' experiences of dishonest and uncertain algorithmic management**. *New Media & Society*, 24 (7).

Poell, Thomas; Nieborg, David & Duffy, Brooke Erin (2022). **Spaces of negotiation: Analyzing platform power in the news industry**. *Digital Journalism*. Online first.

Bueno, Thaisa; Reino, Lucas Santiago Arraes (2019). **SEO no jornalismo: títulos testáveis e suas implicações**. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, p. 98-112.

Fígaro, Roseli; Silva, A. F. M (2022). . **Precarização e plataformização no mundo trabalho dos jornalistas**. In: Edgard Patrício. (Org.). *Transformações no mundo do trabalho do jornalismo*. 1ed. Florianópolis: Editora Insular, v. 1, p. 204-224.

N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D.A. L. Levy, and R. K. Nielsen (2018), **Reuters Institute Digital News Report 2018**, Reuters Institute, University of Oxford.

SILVA, Narbal; TOLFO, Suzana da Rosa. **Trabalho significativo e felicidade humana: explorando aproximações**. *Rev. Psicol., Organ. Trab.*, Florianópolis , v. 12, n. 3, p. 341-354, dez. 2012 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572012000300008&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 12 ago. 2023.

SILVA, Cláudio Marcos da (2014). **A precarização da atividade jornalística e o avanço da pejetização**. 215 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.