

---

## Metodologia da pesquisa em plataformas de comunicação: o estudo de caso da Globoplay<sup>1</sup>

Ana Flávia Marques da Silva<sup>2</sup>

### RESUMO

Este resumo expandido busca contribuir com a discussão sobre a metodologia da pesquisa em plataformas de comunicação e trabalho ao explicitar as técnicas empregadas em estudo de caso da Globoplay, plataforma de streaming da Globo Comunicação e Participações. Por causa dos aspectos históricos e o atual papel das plataformas para acumulação do capital e também nas relações sociais, considera-se ser relevante a análise partir de caso concreto para identificação das suas especificidades e características gerais no contexto do conjunto das plataformas.

**PALAVRAS-CHAVE:** metodologia de pesquisa; plataformas; plataformas de comunicação e trabalho; Globoplay.

### Introdução

As pesquisas sobre plataformas são interesses de diferentes áreas de conhecimento em nosso tempo. As informações, conceitos e aplicações metódicas são elaboradas em escala para compreensão da plataformização da sociedade e seus efeitos a curto, médio e longo prazo.

A produção acadêmica no ritmo da datificação do conhecimento, a saber, a lógica dos dados na produção científica, chega gerar confusão na imensidão de diagnósticos e generalizações produzidas sobre o tema. Diante disso, é fundamental trilhar um caminho na pesquisa baseado na coesão de teorias e metodologias que sustentam a análise. Explicitar as etapas da pesquisa, garante segurança para o resultado ou apontamentos importantes sobre a pesquisa.

As plataformas existem em uma relação de interdependência com os maiores oligopólios transnacionais dentro da lógica de mercantilização dos dados. As plataformas fazem parte de um complexo de outras plataformas, seja pela necessidade

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. As reflexões aqui apresentadas fazem parte da pesquisa de doutorado intitulada "Uma Só Globo: o caso Globoplay na plataformização da empresa brasileira de comunicação" apresentada na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

<sup>2</sup> Doutora em ciências de comunicação, especialista em gestão de comunicação e marketing. É pesquisadora do Centro de Comunicação e Trabalho e jornalista, estrategista de comunicação e mobilização digital. É também diretora do Instituto Lula.

---

de armazenamento ou produção de softwares e outras inovações constantes demandadas por este tipo de negócio.

Por isso, é relevante isolar, escolher uma ou mais plataformas para alcançar as determinações e apreender as mediações e conexões que ela estabelece com as empresas monopolistas internacionais e com as locais. É dentro desse contexto que está inserido o caso Globoplay que explicitamos neste artigo para demonstrar as operações metodológicas realizadas e seus resultados.

A Globoplay faz parte da rede de outras empresas da Globo que integra o emaranhado da teia de produção de valor das grandes plataformas. É a plataforma de streaming do grupo e foi lançada no mesmo ano do cinquentenário da Globo, em 2015. Como marco, a emissora lançou uma campanha publicitária que tinha como um dos temas “a Globo se prepara para um novo começo: virando a página, o papel em branco anuncia seus próximos 50 anos” (Globo, 2015). É a plataforma nacional mais utilizada no Brasil, atrás apenas da global Netflix. Após cinco anos de lançamento, em 2020, a plataforma aumentou a sua receita em 112% e ganhou centralidade para os planos do grupo Globo. “[...] É esse ritmo que queremos para os novos negócios” (Nóbrega, 2021). Em 2022, segundo dados internos, foram mais de 1,4 bilhões de horas consumidas de Globoplay na tela grande.

A Globoplay virou uma referência, ela é uma plataforma hoje em que a Globo coloca e expõe ali todos os nossos conteúdos. Então esse é um mega pilar, né? [...], desde que a gente realmente começou a fazer dele essa nossa prioridade” (Globotechcast, episódio 59, 2023, 25min14s).

A Globoplay retrata a plataformização da Globo, ou seja, como se relaciona com os dados de uma forma geral, mas também como a empresa tem se transformado para continuar existindo na arena das Big Techs.

O grau complexidade para descrever e compreender as plataformas exige uma combinação de técnicas e métodos. Apresentamos a seguir as empregadas na pesquisa.

#### **a) Estudo de caso**

As pesquisas sobre as plataformas ainda retratam um fenômeno inovador, embora seja constituído por estruturas que vêm desde a década de 1970 que se aprofundam no processo de plataformização do cenário atual. Por isso, aplicamos a técnica de estudo de caso para identificar aspectos do objeto em si e das conexões que

---

ele estabelece. O estudo de caso permite um aprofundamento das categorias que constituem o objeto porque:

[...] é uma técnica complexa que envolve o levantamento e análise de grandes quantidades de informação e abrange o estudo de uma série de variáveis que possuem relação em função do caso sob análise. Ademais, envolvem adequada compreensão do contexto no qual o caso está inserido e das relações mantidas entre eles. (Coraiolla et all, 2014, p. 12)

A estratégia é pertinente quando há uma unidade específica (a Globoplay) que sintetiza partes diversas dentro dos limites estabelecidos do objeto e a inferência de articulação de outras que não estão limítrofes, mas intervêm no caso.

#### **b) Entrevistas:**

As entrevistas foram feitas com questionário semiestruturado e cumpriram o papel de captar informações a partir do olhar de gestores (que a Globo chama de liderança) sobre o processo de plataformização da Globoplay. Através dessa técnica, obtivemos uma visão e interpretação sobre como funciona a empresa e sobre as suas próprias funções.

#### **c) Visita de campo:**

A ida a campo para a pesquisa científica foi totalmente modificada com o crescimento de ferramentas para fazer o trabalho em casa. Após a pandemia mundial da Covid, o espaço de trabalho se transformou e impacta diretamente a metodologia aplicada na pesquisa em plataformas.

Há mais sentido nas visitas de campo quando os espaços são ocupados pelas pessoas. Geralmente, as reuniões, processos criativos e alinhamentos de equipe em torno dos resultados chave (OKRs) (recurso usado na metodologia ágil) se dão pessoalmente, mas há processos comunicacionais que acontecem no espaço virtual de produção.

O espaço virtual de trabalho é um campo que precisa ser explorado. A pesquisa poderia ter ganhado outros contornos caso houvesse acesso às atividades cotidianas de produção. Além de gerar horizontes para a ciência, analisar as características do campo virtual possibilita apreender as novas relações de comunicação e trabalho, as habilidades requeridas, como influi na rotina produtiva e na atividade em si.

#### **d) Análise de termos de governança de dados:**

---

A governança de dados é o conjunto de ações que são realizadas para usar e “proteger” as informações coletadas pelo site, seja ele comercial ou não. A governança de dados engloba políticas, padrões de tratamento e análises, métricas, segurança da informação por parte da empresa que reúne esses dados e responsabilidades das partes que acessam um site ou plataforma.

No Brasil, o termo de uso fez parte da discussão da lei 12.965/2014, do Marco Civil da Internet que consolida princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no país. Muitas vezes, é elaborado por obrigatoriedade e não para esclarecer o usuário final se resumindo em um texto com formato jurídico que exige tempo de leitura e, no mínimo, uma tela para ler e compreender o que está explícito e implícito no documento que regula a relação comercial.

**e) Dados jornalísticos:**

Na pesquisa de plataformas digitais, as informações provenientes de veículos jornalísticos cumprem a função de captar a voz das empresas, visto que muitas vezes, a fonte é a própria empresa; obter a visão de especialistas sobre as plataformas digitais, conhecer dados das empresas de um setor e a disputa entre elas.

Em nossa pesquisa utilizamos dois jornais, o Valor Econômico (pertencente ao grupo Globo) e o Meio e Mensagem (do grupo M&M). Ambos têm justificativas gerais e específicas para serem consultados. A geral é que os dois apresentam como linha editorial a discussão sobre a gestão de empresas e índices econômicos relevantes do setor de audiovisual. Além disso, são periódicos que possuem edição impressa e digital.

**f) Mapeamento LinkedIn:**

Considerada como uma plataforma de rede social que conecta usuários finais, complementadores e anunciantes à temática do mundo do trabalho, o site LinkedIn, da Microsoft, foi utilizado para compreender quais são as ocupações de trabalho ofertadas pela empresa neste espaço. Ao olhar para este material foi possível entender como a transformação da empresa reflete nas exigências profissionais que ela expressa na promoção das vagas de trabalho.

**Breves considerações**

Há diferentes tipos de plataformas (Helmond, 2015; Van Der List et al, 2021; Van Djick; 2018) que se relacionam dentro de uma relação de negócios e da cadeia de

produção de valor. A necessidade de partir de um caso concreto é um relevante passo metodológico para averiguação do posicionamento e papel nesta relação que é geral ao mesmo tempo que é específica.

As plataformas têm alterado a metodologia da pesquisa, as técnicas e os espaços, como a necessidade de as empresas abrirem os espaços virtuais para a ciência que necessita alcançar esses locais para avançar na compreensão das plataformas e da comunicação para viabilizar a produção.

A investigação percorre partes do objeto para a constituição do mais próximo possível da totalidade e do movimento real do fenômeno das plataformas. É por isso que é fundamental a combinação de técnicas na exploração das plataformas.

Cada técnica revela aspectos das plataformas como o discurso da Globo para atrair os profissionais de tecnologia e publicados no LinkedIn. As publicações evidenciam alterações no processo produtivo da empresa.

Por fim, é relevante contar com o olhar do trabalho da ergologia com entrevistas e outros diálogos com trabalhadores da plataforma para identificar o trabalho prescrito e a atividade real do trabalho. Assim como a análise das relações de comunicação que acontecem nessa realidade do mundo do trabalho (Figaro, 2008).

## REFERÊNCIAS

CORAIOLA, D. M. et al. **Estudo de Caso**. In: TAKAHASHI, A. R. W. (Ed.). Pesquisa Qualitativa em Administração: Fundamentos, Métodos e Usos no Brasil. São Paulo: Atlas, 2013.

GLOBOTECHCAST, **episódio 59**. [Vem Pra Globo.] 06/09/2023.  
<https://www.youtube.com/watch?v=GUriBvKTUF8> Acesso em 03/01/2024

HELMOND, Anne. The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115603080. 2015.

ROSELI, F. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo. Annablume, 2008.

VAN DER VLIST, Fernando N; HELMOND, Anne. How partners mediate platform power: Mapping business and data partnerships in the social media ecosystem. *Big Data & Society*. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/20539517211025061>; Acesso em: 18/12/2021.



---

VAN DIJCK, José et all. *The Platform Society. Public values in a connective world.*  
Oxford: Oxford University Press, 2018.