

Quem determina como o jornalismo é feito? A influência das *Big Techs* no processo produtivo de arranjos jornalísticos¹

Milene Aparecida Eichelberger^{2 3}
Universidade de São Paulo – USP

Resumo

A pesquisa analisa as transformações no processo produtivo do jornalismo. Partimos do entendimento de que a plataformização alterou a racionalidade do trabalho comunicacional, hoje dependente das dinâmicas das *Big Techs*. A análise abrange três dimensões: o trabalho nas organizações jornalísticas, o produto jornalístico concebido e gerado e o processo de circulação. Consideramos um cenário de plataformização do jornalismo (Jurno e D’Andrea, 2020), datificação (Van Dijck, 2014) e apropriação de materialidades sensíveis (Figaro, 2024), em que as empresas de tecnologia atuam de maneira não neutra (Crory, 2023). Ao revisitar dados de arranjos jornalísticos alternativos, realizamos tensionamentos e inferências a partir das múltiplas influências exercidas pelas empresas de tecnologia sobre o processo produtivo.

Palavra-chave: Comunicação; *Big Techs*; Plataformas digitais; Financiamento; Datificação.

Introdução

A pesquisa reflete as mudanças ocorridas no processo produtivo do jornalismo. Defendemos que a plataformização alterou não apenas o modo de se produzir, mas a própria racionalidade do trabalho de comunicadores (Nonato *et al.*, 2025), que hoje está vinculado ao uso de plataformas digitais. Este resumo, um recorte inicial de minha dissertação⁴, analisa tais mudanças sob três perspectivas do processo produtivo: o trabalho na organização jornalística; o produto jornalístico concebido e gerado; o processo de circulação e de contato entre jornalistas/organização e audiência. Consideramos que essa análise permite um melhor entendimento sobre as mudanças no modelo de negócio do jornalismo - abocanhado pela lógica capitalista das *Big Techs*.

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

² Jornalista, mestranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo (PPGCOM/USP), integrante do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT). E-mail: milene.eichelberger@usp.br.

³ Roseli Figaro, orientadora do projeto de mestrado; Coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT); Professora Titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP. E-mail: roselifigaro@usp.br.

⁴ Pesquisa em desenvolvimento junto ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (CPCT/USP), com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo número 2025/05479-0.

Fundamentação teórica

Consideramos importante a discussão sobre plataformização (Van Dijck, Poell e Waal, 2018; Poell *et al.*, 2020). O fenômeno alterou relações sociais e culturais, se caracterizando como um processo de “penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida” (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2020, p. 5). Consideramos também a plataformização do jornalismo (Jurno e D’Andrea, 2020), quando produtores de conteúdos jornalísticos buscam alternativas aos meios tradicionais. As redações passam a coexistir no espaço online, com parte do trabalho sendo pensado, realizado e difundido em plataformas. Isso ocorre num cenário de datificação (Van Dijck, 2014), em que todos os dados produzidos pelos usuários na rede são apropriados pelas empresas de tecnologia⁵. A essa discussão, adicionamos o conceito de materialidades sensíveis (Figaro, 2024), que nomeia “todos os gestos do trabalho humano vivo, apropriados pelas plataformas de maneira sistêmica” (Figaro, 2024).

Crary (2023) discorre sobre a necessidade de observar as empresas que dominam a infraestrutura da rede, uma vez que o domínio das plataformas está na mão de poucos bilionários que atuam de maneira não neutra. Ao longo da última década, ocorreram uma série de escândalos envolvendo empresas de tecnologia⁶, como o envolvimento em eleições presidenciais, em decisões governamentais⁷ e, inclusive, na desvalorização do conteúdo jornalístico na rede⁸. Figaro e Paulino (2024) pontuam como a atuação das *Big Techs* ameaça a soberania de países ao envolver disputas por território, recursos naturais e força de trabalho, além do monopólio sobre os dados dos cidadãos do mundo.

⁵ Utilizamos as expressões “empresas de tecnologia” e “empresas de plataformas” para classificar um modelo de negócio (Smneczek, 2018). Trata-se das empresas comumente chamadas de Big Five (Alphabet, Amazon, Apple, Meta, Microsoft), detentoras de serviços denominados “plataformas digitais”.

⁶ Em 2018, foram reveladas informações sobre o uso de dados de cerca de 50 milhões de usuários do Facebook, sem autorização, pela empresa americana Cambridge Analytica. As informações foram utilizadas para direcionar conteúdos políticos a partir do perfil de cada usuário, com o objetivo de favorecer a campanha do então candidato à Casa Branca em 2016, Donald Trump. A investigação foi feita pelos jornais The New York Times e The Guardian. Mais informações você encontra no [link](#). Acesso em: 20 de maio. 2025.

⁷ Outro escândalo envolvendo a empresa Cambridge Analytica foi a decisão sobre o Brexit - a saída do Reino Unido da União Europeia (UE), que se iniciou em 2016 e foi formalizada em 2020. Mais informações podem ser encontradas no [link](#). Acesso em: 20 de maio. 2025.

⁸ Durante as discussões sobre a regularização das plataformas de redes sociais no Brasil, o Google, pertencente à Alphabet - uma das empresas consideradas Big Five - foi acusado de não mostrar como primeiros resultados de busca matérias jornalísticas que explicavam a temática. Ainda, exibiu na tela inicial do buscador a mensagem “O PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil”. Mais informações sobre o caso você encontra no [link](#). Acesso em: 20 de maio. 2025.

Metodologia

Propomos uma análise de como as empresas de tecnologia abocanharam o modelo de negócio do jornalismo, de modo a exercer influência em todas as etapas do processo produtivo. Para isso, nos valem de dados já trabalhados no CPCT⁹ em pesquisa anterior, quando foram analisados 70 arranjos na cidade de São Paulo, com 25 selecionados para entrevista.

Nossa proposta é revisitar o material coletado e exercer um comparativo com a atuação desses arranjos em 2025, a partir de novas entrevistas semiestruturadas (Duarte, 2025) com um número selecionado de veículos, para compreender como os processos produtivos foram alterados. Ainda, detemos especial atenção ao financiamento desses arranjos, a fim de entender como mantiveram sustentação. Propomos observar como a adaptação - ou não - aos recursos das empresas de tecnologia e aos seus programas de financiamento exerce múltiplas influências sobre o fazer jornalístico tido como independente e alternativo (Camargo, 2024).

Resultados em construção

Entendemos as limitações de uma pesquisa ainda em desenvolvimento, mas a observação do escopo bibliográfico sobre o assunto denota a relevância de discutir as implicações do jornalismo como uma prática dependente das *Big Techs*. As ações de trabalho e interações entre equipes são moldadas pelas plataformas digitais, os produtos jornalísticos são pensados a partir dos formatos adequados para diferentes redes, a divulgação desses conteúdos e as interações com a audiência ocorrem em plataformas. Esse cenário reflete como empresas de tecnologia se tornaram definidoras do conteúdo que circula, como circula e de que forma será - ou não - monetizado.

Referências

CAMARGO, C. A. **Captura e reconfiguração do jornalismo digital independente e alternativo**: o papel da filantropia das fundações internacionais. Orientador: Roseli Figaro. 2024. 302 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

⁹ Utilizamos dados trabalhados na pesquisa “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia” financiada pela FAPESP e realizada entre os anos de 2016 e 2018. Você encontra mais informações sobre seu desenvolvimento e resultados no site do CPCT: <https://comunicacaoetrabalho.eca.usp.br/>

CRARY, J. **Terra Arrasada: Além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista**. São Paulo: UBU, 2023.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005.

FIGARO, R. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias**. São Paulo: ECA/USP, 2018.

FIGARO, R. Datificação das materialidades sensíveis: captura das atividades cotidianas de trabalhadores da comunicação. Chasqui (13901079), n. 157, 2024.

FIGARO, R.; PAULINO, L. Soberania na cadeia produtiva de IA: defesa dos recursos naturais e regulação do trabalho. **Liinc em Revista**, v. 20, n. 2, p. 1-19, 2024.

JURNO, A. C.; D'ANDRÉA, Carlos. Facebook e a plataformização do jornalismo: um olhar para os Instant Articles. In: **Revista Eptic**, v. 22, n. 1, pp. 179-196, 2020.

NONATO, C.; PACHI FILHO, F. F.; MARQUES, A. F.; CALIARI, T.; AIELLO, T. Desespecialização, novos saberes e quebra de fronteiras: o trabalho dos comunicadores a partir do mapeamento de artigos do Intercom (2019-2023). **Comunicação & Inovação** (online), v. 26, p. 1-21, 2025.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Fronteiras**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

SRNICEK, N. **Capitalismo de Plataformas**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

VAN DIJCK, J. Datafication, dataism and dataveillance: big data between scientific paradigm and ideology. **Surveillance & Society**, v. 12, n. 2, pp. 197-208, 2014.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. **The Platform Society**. Public Values in a Connective World. Nova York: Oxford University Press, 2018.