

## O trabalho de jornalistas em plataformas digitais: um olhar sobre a datificação da profissão<sup>1</sup>

Milene Aparecida Eichelberger<sup>2</sup>  
Roseli Aparecida Figaro Paulino<sup>3</sup>  
Universidade de São Paulo - USP

### RESUMO

O processo de plataformização (Van Dijck, Poell e Waal, 2018; Poell *et al*, 2020) ganhou espaço junto ao de datificação (Van Dijck, 2014) e o uso de plataformas digitais para o trabalho tornou-se cotidiano para os profissionais da comunicação, como jornalistas. Neste contexto, o trabalho dos jornalistas, ao se inserir nas plataformas, gera dados qualificados que alimentam as empresas de tecnologia (Figaro, 2024). Este resumo é o recorte de uma pesquisa em andamento, que visa analisar a apropriação de dados de comunicadores pelas empresas de tecnologia, ao mesmo tempo que discute como o uso cada vez mais frequente do espaço digital influencia a criação de identidades digitais pelos profissionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; trabalho; plataformas digitais; datificação; discurso.

### Introdução

Em sua obra de 2017 intitulada “Capitalismo de Plataforma”, Nick Srnicek aborda as plataformas como novas empresas que dependem, principalmente, da comunicação. Esse novo capitalismo baseado nas plataformas é abordado por Roseli Figaro e Ana Flávia Marques (2020) que, na obra “A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso da mudança no jornalismo”, conceituam plataformas como “empresas de tecnologia digital que operam em rede, por lógicas algorítmicas e monetizam dados coletados por meio da oferta de algum serviço: a gestão de conexão, a mediação entre fornecedor e usuário, a oferta de software, de conteúdo etc.” (Figaro e Marques, 2020, p. 104). Em “Precarização e plataformização no mundo do trabalho dos jornalistas” (2022), as mesmas autoras enfatizam que a ideia de plataforma não é nova, mas sim a infraestrutura da rede que permite sua atuação (Figaro e Silva, 2022), uma atuação que se coloca, inclusive, acima da legislação dos países em que atuam.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Trabalho, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Mestranda em Ciências da Comunicação no PPGCOM da ECA-USP, email: [milene.eichelberger@usp.br](mailto:milene.eichelberger@usp.br)

<sup>3</sup> Docente da Escola de Comunicações e Artes da USP, email: [roselifigaro@usp.br](mailto:roselifigaro@usp.br)

Figaro e Marques (2022, p. 206) destacam que “essa reestruturação produtiva transforma a organização do trabalho, e como se trabalha, como se mobilizam recursos, meios de produção para o trabalho e de que maneira isso resvala para o conjunto da sociedade”. Aqui, entendemos o trabalho como uma importante forma de analisar as mudanças na sociedade e as relações sociais estabelecidas neste novo momento. A partir dessa compreensão, tratamos aqui do estado inicial da dissertação “Reconfigurações no trabalho do jornalista: um estudo da datificação e uso das redes sociais”, financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), com bolsa ligada ao projeto número 2022/05714-0, intitulado “Datificação da atividade de comunicação e trabalho de arranjos de comunicadores: os embates com as determinações das empresas de plataformas”. Abordamos conceitos fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa e as ideias centrais que acompanharão o decorrer do projeto.

### **Fundamentação Teórica e objetivos**

Amanda Jurno e Carlos D’Andrea (2020) abordam a plataformização do jornalismo – o momento em que muitos produtores de conteúdos jornalísticos deixam para trás meios tradicionais de produção para difundir seus conteúdos em plataformas digitais. Neste cenário, compreendemos que o trabalho jornalístico está subordinado ao processo de datificação da sociedade (Van Dijck, 2014), no qual a gigantesca base de informações fornecidas pelos usuários das plataformas são convertidas em métricas para as empresas, que passam a utilizar algoritmos para selecionar e ofertar aos usuários conteúdos, produtos e serviços personalizados. Ao estudar o uso de plataformas de redes sociais para o trabalho jornalístico, entendemos que os profissionais também fazem parte dessa lógica datificada, fornecem conteúdos para as plataformas ao mesmo tempo em que precisam se adaptar para atuar naquele espaço e, assim, ter seu conteúdo circulando e sendo entregue para o público que os acompanha.

Nesse sentido, nos apropriamos do conceito de “materialidades sensíveis” (Figaro, 2024), em construção junto ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/USP), que nomeia “todos os gestos do trabalho humano vivo, apropriados pelas plataformas de maneira sistêmica” (Figaro, 2024). Trata-se do entendimento de que o uso das plataformas gera matéria prima para as empresas de tecnologia, que é

convertida em dados que alimentam o algoritmo da rede e a formação de perfis comercializáveis.

Figaro (2024) pontua que os trabalhadores da comunicação, dentre os quais jornalistas, fornecem dados sofisticados para as plataformas de grandes empresas de tecnologia. São fornecidos dados não apenas sobre a vida pessoal desses jornalistas, mas também sobre suas rotinas de trabalho, “bem como sobre as relações de comunicação e trabalho mobilizadas pelas atividades, além de dados como localização do trabalho, horas trabalhadas, rede de relacionamento (network), níveis de relacionamento, e toda a produção técnica, artística e intelectual” (Figaro, 2024).

Entendemos que se trata de um processo de datificação do próprio sujeito, que se vê subordinado às lógicas impostas pelas plataformas para conseguir desempenhar seu trabalho. Nesse sentido, volto a concordar com Figaro e Silva (2022), ao destacarem que os atuais usos das tecnologias não favorecem a democracia, e com Mellado e Hermida (2021), que pontuam que há uma diferença entre os papéis desempenhados pelos espaços tradicionais de trabalho jornalístico e as plataformas de redes sociais digitais: “Em contraste com as plataformas de mídia tradicionais, não se presume que os espaços de mídia social sirvam a um propósito democrático” (Mellado e Hermida, 2021, p. 2, tradução própria)<sup>4</sup>.

Em um artigo de 2020, Claudia Mellado e Amaranta Alfaro destacam que as mídias digitais propiciaram um contato maior entre jornalistas, fontes e audiências, possibilitando aos profissionais a criação de “identidades digitais” (Mellado e Alfaro, 2020, p. 1259). As autoras enfatizam que a identidade jornalística é personalizada para o meio digital (Mellado e Alfaro, 2020) mas reconhecem as limitações locais e a heterogeneidade do jornalismo:

Existem variações nas culturas jornalísticas em termos de como os profissionais integram a lógica das plataformas de redes sociais nas suas rotinas diárias, como isso afeta as suas identidades profissionais, pessoais e organizacionais, e como isso influencia os seus papéis sociais (Mellado e Alfaro, 2020, p. 1259-1260, tradução própria)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> No original: In contrast to traditional media platforms, social media spaces are not presumed to serve a democratic purpose.

<sup>5</sup> No original: Variations exist within journalistic cultures in terms of how professionals integrate the logics of social media platforms into their daily routines, how this affects their professional, personal and organizational identities, and how this influences their social roles.

Para Mellado e Alfaro (2020), a criação de perfis em redes sociais pode surgir como um incentivo das próprias organizações, ao mesmo tempo que é encorajado pela lógica da precarização da profissão, que faz com que os jornalistas precisem buscar uma melhor posição no debate público. Como pontuado pelas autoras: “Além do impacto do seu trabalho, as redes sociais permitem-lhes aumentar a sua influência social e ganhar poder simbólico” (Mellado e Alfaro, 2020, p. 1262, tradução própria)<sup>6</sup>.

Figaro (2013) destaca que “as mudanças tecnológicas apropriadas no fazer jornalístico redesenharam as maneiras de se trabalhar” (Figaro, 2013, p. 7), o que contribuiu para a intensificação do processo de precarização da profissão (Nicoletti, 2019), em que há o desmonte de postos de trabalho, cargas horárias exaustivas e remunerações menores. Os jornalistas agora precisam produzir para diferentes plataformas, com diferentes formatos, assumindo a posição de “jornalistas multitarefa” (Bertolini, 2017).

Assim, a pesquisa em andamento objetiva compreender de que forma o trabalho jornalístico é apropriado pelas plataformas de redes sociais, por meio da comparação da geração de dados em duas organizações de trabalho distintas: jornalistas em veículos de mídia tradicional e em arranjos independentes, além de compreender de que modo a datificação incide sobre a criação das identidades digitais.

### **Metodologia e resultados esperados**

A pesquisa pretende entrevistas com jornalistas em um veículo de mídia tradicional e em um veículo independente. As entrevistas seguirão o modelo semi-estruturadas, que, segundo Duarte (2005), estabelece um roteiro básico com questões que guiam a conversa, ancoradas nas teorias e hipóteses pressupostas pela pesquisa, onde podem surgir novos questionamentos de acordo com as respostas do entrevistado.

Após as entrevistas, será realizada uma observação inspirada na proposta de Análise de Discurso (Orlandi, 2020; Benetti, 2010). Orlandi (2020) destaca que a AD não se interessa apenas pela língua e pela gramática, mas pelo discurso - pela palavra em movimento, em curso, pelos que falamos. Trata-se de entender a língua gerando

---

<sup>6</sup> No original: Beyond the impact of their work, social media allow them to increase their social influence and gain symbolic power.

sentidos. “A Análise do Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social” (Orlandi, 2020, p. 15).

Orlandi (2020, p. 30), destaca que “o dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa nas ‘nossas’ palavras”. Assim, a AD vai além do que é dito e busca sentidos nas relações das palavras com o mundo. Márcia Benetti (2010), ao escrever sobre a AD, pontua que o discurso é intersubjetivo, podendo até causar um “efeito de literalidade” (Benetti, 2010, p. 108) mas seu entendimento depende do sujeito que fala, do enunciador, e também do sujeito que lê. Assim, “o discurso é opaco, não transparente, pleno de possibilidades de interpretação” (Benetti, 2010, p. 108).

Cabe lembrar que este é o recorte de uma pesquisa em andamento, desenvolvida junto ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/USP). Os resultados obtidos visam enriquecer a área e contribuir para o entendimento das mudanças advindas do uso cada vez mais frequente das plataformas de redes sociais pelos comunicadores, em especial jornalistas.

## REFERÊNCIAS

BERTOLINI, Jeferson. Jornalista multimídia e multitarefa: o perfil contemporâneo do trabalho precário no jornalismo. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, 2017. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/231175475.pdf>. Acesso em: 25 de nov. 2024.

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.

JURNO, Amanda Chevtchouk; D’ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. *Facebook e a plataforma do jornalismo: um olhar para os Instant Articles*. In: **Revista Eptic**, v. 22, n. 1, pp. 179-196, 2020.

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

FIGARO, Roseli (Org.). **Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia (Org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas**. São Paulo: ECA-USP, Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. *Precarização e plataformização no mundo trabalho dos jornalistas*. In: PATRÍCIO, Edgard. **Transformações no mundo do trabalho do jornalismo**. Florianópolis, SC: Insular, 2022. p. 204-224. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/003131062.pdf>

LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MELLADO, Claudia.; ALFARO, Amaranta. *Platforms, Journalists and Their Digital Selves*. In: **Digital Journalism**, London, v. 8, n. 10, p. 1258–1279, 2020. DOI: 10.1080/21670811.2020.1817763. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2020.1817763>. Acesso em: 25 set. 2024.

MELLADO, Claudia.; HERMIDA, Alfred. *The Promoter, Celebrity, and Joker Roles in Journalists' Social Media Performance*. In: **Social Media + Society**, Los Angeles, v. 1, n. 11, p. 1-11, Jan-mar 2021. DOI: 10.1177/2056305121990643. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305121990643>. Acesso em: 25 set. 2024.

NICOLETTI, Janara. **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação**: proposta de um modelo de análise. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215446>. Acesso em: 25 de set. 2024.

ORLANDI, Eni. P. **Análise De Discurso: Princípios e Procedimentos**. 13 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. John Wiley & Sons, 2017.

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

VAN DIJCK, José; NIEBORG, David; POELL, Thomas. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. São Leopoldo, v. 22, n. 1, pp. 2-10, 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>. Acesso em: 26 set. 2024.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The Platform Society**. Public Values in a Connective World. Nova York: Oxford University Press, 2018.