

O novo padrão é o algoritmo: apontamentos iniciais sobre plataformas, métricas e pressão por performance no jornalismo¹

Jessyanne Larissa Analio Bezerra²
Janaine Sibelle Freires Aires³

Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN)

RESUMO

O trabalho busca analisar a nova realidade das rotinas produtivas do mercado da comunicação brasileira, no contexto da era da plataformização. A pesquisa parte da hipótese de que a lógica algorítmica impõe a estes profissionais uma nova forma de ordenamento invisível e contínuo, regulando o tempo, a criatividade e a subjetividade, a fim de investigar o papel dos algoritmos que operam como gestores/pauteiros automatizados, determinando não apenas o que é visível e o que se consome, mas também como, quando e quanto se deve produzir. Assim, observa-se que o algoritmo opera como um “novo padrão”, exigindo visibilidade e engajamento sob pena de invisibilidade.

PALAVRAS-CHAVE algoritmo; plataformização; trabalho; Economia Política da Comunicação.

INTRODUÇÃO

A partir do uso massificado das plataformas digitais, tanto o mundo jornalístico quanto o comunicativo sofreram uma reconfiguração em seu âmago, em que se seguem padrões e adaptações aos formatos do meio em que a informação é transmitida. No entanto, não somente a transmissão de notícias foi afetada. A rotina produtiva dos comunicadores, que antes operava sob lógicas editoriais, criativas e até institucionais, passou a ser intermediada - e, por vezes, até mesmo controlada - por algoritmos e métricas

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE12 - Economia Política da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Mestranda no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN) e Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Integra o EPA! – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. E-mail: jessyanne_larissa@hotmail.com

³ Professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Integra o EPA! – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual e o Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação (Peic/UFRJ). E-mail: Janaine.aires@eco.ufrj.br

de performance. Desta forma, em uma era em que a informação se transforma em um mero conteúdo a ser consumido, o profissional da comunicação é pressionado a manter uma produção contínua e de acordo com as tendências do momento, e, além disso, precisa formatar o produto de acordo com os critérios definidos pelas plataformas, os quais o próprio comunicador não controla, mas está subordinado.

Este resumo-expandido apresenta os apontamentos teóricos iniciais de uma pesquisa de mestrado que está sendo desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN), denominada “*Jornalismo em transição: mudanças nas rotinas produtivas a partir do uso de inteligências artificiais na prática jornalística no Rio Grande do Norte*”. Com o desenvolvimento da pesquisa, observou-se que os efeitos da responsividade algorítmica sobre a performance dos produtores de conteúdo, ultrapassam o campo jornalístico e reconfiguram práticas e sentidos profissionais em um ecossistema cada vez mais orientado por dados. Neste cenário, investiga-se como a lógica algorítmica das plataformas se configura como uma nova forma de gestão do trabalho na área da comunicação, assumindo a função de “patrão invisível” que regula tempo, formas, condutas, imagem e até mesmo o valor remunerado.

METODOLOGIA

A proposta de pesquisa pretende analisar como a lógica algorítmica influencia os processos de produção e circulação de conteúdo em plataformas digitais, moldando práticas e sentidos da produção de conteúdo em plataformas digitais, a partir das exigências de performance e visibilidade. O trabalho é uma pesquisa exploratória, desenvolvida a partir dos estudos iniciais da dissertação de mestrado supracitada. Na dissertação, busca-se compreender como a adoção de tecnologias, como a Inteligência Artificial, impacta rotinas, identidades e estruturas do jornalismo. Já nesta pesquisa, propõe-se uma investigação preliminar sobre o papel dos algoritmos e métricas de

performance nas plataformas digitais, considerando suas implicações nas práticas comunicacionais e no trabalho de produtores de conteúdo.

Para isso, é preciso analisar documentos públicos disponibilizados por essas plataformas, como políticas de uso, diretrizes para criadores de conteúdo, comunicados institucionais, relatórios de transparência e manuais sobre visibilidade e monetização, vigentes e disponíveis no período da pesquisa. Neste sentido, foi realizada uma observação de como o sistema de interfaces e funcionalidades, a partir de perfis públicos e ambientes navegáveis, com atenção para a estrutura de exibição de conteúdos, hierarquias algorítmicas, notificações, recursos de análise de desempenho e elementos que gamificam a experiência produtiva.

Já para a análise dos dados, utilizou-se do conceito de análise temática, descrita por Braun e Clarke (2006), que consiste na identificação, organização e interpretação de padrões de sentido recorrentes no material analisado. Para isso, utilizou-se uma abordagem que permite observar como os algoritmos, enquanto tecnologias invisíveis de regulação, atuam na constituição de normas produtivas e culturais no campo da comunicação digital. Os dados e informações colhidas foram interpretadas por meio da contribuição dos seguintes autores: Zuboff (2020), Han (2015), Van Dijck et al (2018), Bruno (2018), Couldry e Mejias (2019), Adorno e Horkheimer (1947) e Raymond Williams (1974).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Shoshana Zuboff (2020) define como capitalismo de vigilância a extração e o controle de dados como uma expressão evidente de uma nova fase de exploração, sustentado pela extração massiva de dados comportamentais para a predição e orientação de ações futuras dos usuários. A autora propõe o combate à noção de "inevitabilidade tecnológica", defendida pelas *Big Techs*, que entende tais tecnologias como forças autônomas e inevitáveis, que progridem de forma imparável, sem que os indivíduos ou a

sociedade possam deter ou controlar esse avanço e para qual a opacidade algorítmica é uma característica “natural e intrínseca”. Zuboff (2020) nos convida a reconhecer as relações de poder e econômicas que circunscrevem as tecnologias, para as quais os algoritmos são ferramentas à serviço de interesses políticos e econômicos ocultos: “Os imperativos econômicos exclusivos do capitalismo de vigilância são os mestres de fantoches ocultos por trás da cortina e que orientam as máquinas e as convocam à ação” (Zuboff, 2020, p. 30). . No ambiente das plataformas digitais, os algoritmos determinam não apenas o que é visível, mas quem pode ser visível, construindo um regime de visibilidade baseado em lógica comercial, estruturando assim uma economia política da atenção algorítmica e também atuando como formas de mediação do trabalho (Martins et al, 2024).

Com produções e trabalhos sendo publicados e distribuídos no mundo digital, a plataformização do jornalismo colocou em discussão o controle editorial que é conduzido por sistemas algorítmicos que, embora invisíveis, modificam e determinam o que é publicado, o que é visto e, agora, o que é remunerado. Rafael Evangelista e Maximiliano Martinhão (2023) no “Estudo sobre Remuneração do Jornalismo pelas Plataformas Digitais” do Comitê Gestor da Internet, apresentam como a disputa entre plataformas e veículos de mídia gira em torno de quem controla os critérios de circulação e monetização da informação. Nesse sistema, os algoritmos operam como dispositivos econômicos, que regulam não apenas a visibilidade, mas também o valor que aquele trabalho comunicacional, e consequentemente quem o produziu, possui. O que leva aos profissionais que dependem deste meio a produzir cada vez mais na lógica algorítmica.

Nesta perspectiva, é possível unir os conceitos de Indústria Cultural, de Adorno e Horkheimer (1947), com "o meio é a mensagem" de McLuhan (1964), para compreender a padronização na produção comunicacional mediada por algoritmos. Ao afirmar que o meio determina a mensagem, McLuhan descreve como a forma técnica da comunicação reorganiza a percepção e a produção de sentido. Trazendo para o cenário das plataformas

digitais, os algoritmos atuam como meios que estruturam as rotinas produtivas e criativas dos comunicadores. Já Adorno e Horkheimer, ao dissertarem sobre a Indústria Cultural, mostraram como a padronização e massificação cultural serve à manutenção do *status quo* e à redução da autonomia crítica dos sujeitos, ou seja, produzir para consumir. Dessa forma, ao mesclar as teorias, tem-se que: no ecossistema digital contemporâneo, os algoritmos não apenas influenciam comportamentos, mas também funcionam como ferramentas ideológicas que reforçam uma comunicação performativa, repetitiva e orientada ao consumo de forma massificada e sem criticidade.

Assim, os algoritmos “normalizam” formatos, estilos e temporalidades, reforçando conteúdos que performam bem em termos de métricas e de acordo com o algoritmo, o que acaba ocultando aqueles que fogem aos padrões de engajamento. Ainda neste ponto, é preciso ressaltar que a tecnologia não é um campo neutro e nem autônomo, como descreve Raymond Williams (1974). O autor aponta que as inovações tecnológicas eram uma forma cultural em que expressariam e organizariam as relações sociais. No contexto do trabalho comunicacional em plataformas, os algoritmos devem ser interpretados como tecnologias historicamente situadas, constituídas por interesses econômicos e políticos, determinados pelas *bigtechs*. Assim, a adesão às métricas de engajamento não se dá apenas por imposição técnica da plataforma, mas por um processo hegemônico que induz os comunicadores/trabalhadores a estruturarem os conteúdos conforme as exigências do sistema, pressionando-os a ajustar-se a um padrão de produtividade e comportamento sob controle invisível.

Nesta ótica, a plataformização da comunicação, de acordo com Van Dijck et al. (2018), institui um novo sistema de informações baseada em algoritmos e integrações de dados que reconfiguram a produção e o consumo de conteúdo. Nessas plataformas, os algoritmos não apenas mediam, mas governam o que se torna visível, funcionando como agentes automatizados de curadoria editorial e de controle performático. Dessa forma, a lógica altera os modos de produção e transforma jornalistas, comunicadores e criadores

de conteúdo em atores subordinados a métricas e critérios de relevância opacos, orientando sua produtividade em função de parâmetros estabelecidos por sistemas algorítmicos corporativos, que definem o que vale ser publicado, promovido ou excluído.

Assim, ao pensar no profissional, enquanto indivíduo que sofre diretamente com as mudanças impostas pela plataformização, percebe-se um cenário de autoexploração do trabalhador digital, que internaliza a lógica das métricas, engajamento e da visibilidade como forma de autovalidação. Conforme aponta Byung-Chul Han (2015), estes trabalhadores vivem em uma sociedade do desempenho, na qual a coerção externa cede lugar a uma forma de dominação mais eficaz: o imperativo da performance voluntária. Ou seja, o trabalhador digital não é mais forçado a produzir por um chefe ou patrão, mas se sente compelido a produzir mais, melhor e o tempo todo, movido por um ideal de sucesso individual e pela ilusão de liberdade/autonomia. Essa mudança gera um estado de autovigilância, em que o sujeito se torna simultaneamente patrão e empregado de si mesmo, ficando preso em conjunturas de hiperprodutividade, ansiedade e esgotamento.

O uso das redes, sendo mediado por algoritmos, levanta questões acerca de vigilância de dados, governança, controle, dominação e ordem de consumo. De acordo com Fernanda Bruno (2013), a vigilância operada pelos algoritmos não se limita a observar, na verdade, ela atua sobre o modo como o sujeito se percebe e age, modificando assim sua identidade profissional, seus afetos e até seus limites físicos. O trabalhador da comunicação, ao monitorar sua performance nas métricas, ajusta-se em tempo real ao comportamento da audiência e torna-se o executor ideal da lógica algorítmica.

Assim, ao observar o algoritmo, para além de uma ferramenta, como uma instância tecnopolítica que regula o tempo, o conteúdo e a performance/engajamento dos comunicadores nas plataformas digitais, percebe-se que o objeto atua na função de filtro, ao orientar as ações e decisões conforme padrões de vigilância e visibilidade produtiva. Nesse sentido, Bruno et al (2018) propõe que algoritmos governam condutas, guiando os usuários por meio de lógicas preditivas. Ao tratar de “governamentalidade”, a autora

apresenta que essa ferramenta exerce o poder, por meio de sugestões, ranqueamentos e métricas, que moldam condutas, desejos e performances, principalmente, ao determinar o que será produzido e como será feito. Ou seja, o profissional internaliza a lógica do engajamento e constrói o trabalho/produto de acordo com as demandas invisíveis do algoritmo, que sempre está sujeito a mudanças conforme o consumo dos usuários ou os interesses das *bigtechs*.

Por fim, Couldry e Mejías (2019) propõem o conceito de colonialismo de dados, para indicar como a lógica extrativista da plataformização se estende para além da esfera econômica, apropriando o valor social da comunicação. Os trabalhadores, ao mesmo tempo em que produzem conteúdo, são também matéria-prima para a mineração de dados — sem controle sobre o valor gerado. Assim, em um sistema que se retroalimenta, o trabalho comunicacional torna-se, não apenas mediado por tecnologia, mas governado por infraestruturas invisíveis, ditadas pela lógica algorítmica, à serviço do capital

ANÁLISE/CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

A figura do algoritmo como “novo patrão” aponta para um deslocamento do controle direto para uma governamentalidade algorítmica, em que os trabalhadores se autorregulam com base em métricas e sinais de recompensa (engajamento, interações, remuneração). A plataformização do trabalho, longe de representar liberdade ou autonomia, produz novas formas de submissão que operam por meio da vigilância, extrativismo de dados, da performance e da lógica do engajamento.

Assim, a plataformização da comunicação estrutura e impõe um novo regime de trabalho sistematizado por algoritmos, métricas e performatividade incessante. Quando o comunicador precisa adaptar-se às regras invisíveis das plataformas, que mudam constantemente, para manter sua relevância, renda e visibilidade, observa-se uma naturalização dessas métricas, nas quais *likes*, compartilhamentos e tempo de retenção definem estratégias comunicacionais e de conteúdo editorial. A metáfora do “novo

patrão” (o algoritmo) apresenta como um chefe sem face, sem endereço e desconhecido: ele não aparece, mas comanda; não fala, mas impõe; não remunera diretamente, como regimes CLT e PJ, mas mede o valor do trabalho do indivíduo. O resultado é um modelo de trabalho em que a criatividade cede à responsividade, a pressão do engajamento, e a performance sem criticidade, feita apenas para consumo em um desenfreado fast food de notícias.

Conclui-se que a atuação dos algoritmos como gestores automatizados redefine profundamente as rotinas produtivas e subjetividades dos profissionais da comunicação. O estudo sugere aprofundar pesquisas futuras, analisando estratégias de resistência à pressão algorítmica e ampliando o debate crítico sobre a autonomia criativa frente à hegemonia das plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. (Obra original de 1947).
- BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77–101, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
- BRUNO, Fernanda. Vigilância e visibilidade: espaços urbanos, redes digitais e a imaginação do controle. In: BRUNO, Fernanda (org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo; Lavits, 2018. p. 137–160. Disponível em: <https://boitempoeditorial.org.br/produto/tecnopoliticas-da-vigilancia-perspectivas-da-margem-906> . Acesso em: 03 abril 2025.
- BUCHER, Taina. *If... then: algorithmic power and politics*. Oxford: Oxford University Press, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001>. Acesso em: 05 maio 2025.
- COULDRY, Nick; MEJÍAS, Ulises A. *The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford: Stanford University Press, 2019.
- EVANGELISTA, Rafael; MATINHÃO, Maximiliano. *Remuneração do Jornalismo pelas Plataformas Digitais: experiências internacionais e perspectivas para o Brasil*. São Paulo, Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2023.

HAN, Byung-Chul. A sociedade do cansaço. Tradução: Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. Psicopolítica: neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Tradução: Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2017.

MARTINS, Helena; VALENTE, Jonas; POLO, Marina. Plataformas de mediação de trabalho: fundamentos, modelos de negócio e impactos sobre trabalhadoras/es. Fortaleza, CE: Editora da UECE: Editorial Sertão, 2024.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. Tradução: Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

REDAÇÃO INTERMODAL DIGITAL. Logística preditiva: importância, aplicações e benefícios. Tecnologia - Modal Connection, 30 de agosto de 2024. Disponível: <
<https://modalconnection.com.br/artigos/logistica-preditiva-importancia-aplicacoes-e-beneficios/>> Acessado 05 de maio de 2025.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. The platform society: public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

WILLIAMS, Raymond. Marxismo e literatura. Tradução: Maria da Conceição C. Cordeiro. São Paulo: Zahar, 1979. (Obra original de 1977).

ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução: George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.