

A PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO JORNALÍSTICO: DIMENSÕES, REGIME DE PUBLICAÇÃO E AGENDA DE PESQUISA¹

Janaina Visibeli Barros

Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil

jvisibeli@gmail.com

Ana Flávia Marques

Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, Universidade de São Paulo, Brasil

anaflaviamarx@gmail.com

Jamir kinoshita

Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, Universidade de São Paulo, Brasil

kinoshita.jamir@gmail.com

João Augusto Moliani

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil

Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, Universidade de São Paulo, Brasil

guto.moliani@gmail.com

Naiana Rodrigues da Silva

Universidade Federal do Ceará, Brasil

Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, Universidade de São Paulo, Brasil

naianarodrigues@usp.br

Rafael Grohmann

Universidade de Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, Universidade de São Paulo, Brasil

¹ Os autores do artigo são pesquisadores vinculados ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT/ ECA-USP –, coordenado pela profa. Roseli Figaro, e participaram da pesquisa que é a base empírica do texto.

rafael-ng@uol.com.br

Recibido: 15 de febrero de 2021

Aceptado: 03 de Mayo de 2021

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/kvf39ktoa>

Resumo: O artigo propõe olhar para a centralidade do processo de plataformização do trabalho jornalístico para compreender as diferentes facetas do trabalho na área de comunicação no século XXI, em virtude da crescente dependência de plataformas digitais em relação às atividades de trabalho em um contexto de reestruturação do modo de produção capitalista, marcado, sobretudo, pela forma de acumulação flexível. Para tanto, propõe discussões sobre: a) o processo de plataformização do trabalho, suas implicações e a centralidade da comunicação; b) as relações entre a plataformização e as empresas de comunicação; c) como a plataformização afeta de maneiras distintas organizações de mídia dominantes e arranjos jornalísticos alternativos; d) as mudanças no regime de publicação, especificamente nos arranjos alternativos, como uma das dimensões da plataformização do trabalho jornalístico; e) outras dimensões possíveis para a construção de uma agenda de pesquisa na área, cujas investigações podem se dedicar à plataformização do trabalho freelancer, ao papel da moderação comercial de conteúdo e às plataformas de fazenda de clique, além de possibilidades de construção de organizações de trabalhadores-jornalistas neste contexto. O texto tem por base empírica pesquisa desenvolvida pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) sobre o trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às grandes corporações de mídia.

Palavras-chave: arranjos jornalísticos, regime de publicação, plataformização, trabalho

THE PLATFORMIZATION OF JOURNALISTIC WORK: DIMENSIONS, PUBLICATION REGIME AND RESEARCH AGENDA

Abstract: The article proposes to look at the process of journalistic work platformization in order to understand the different aspects of work in communication in the 21st century, due to the increasing dependence on digital platforms related to work activities, in a context of restructuring capitalist mode of production, marked mainly by the form of flexible accumulation. To this end, it proposes discussions on: a) the platformization of labour, its implications and the centrality of communication; b) the relations between the platformization process and the media corporations; c) how platforming affects dominant media organizations and alternative and independent journalistic economic arrangements that oppose large hegemonic media corporations in different ways; d) changes in the



publishing regime (regime de publicação), specifically in these alternative and journalistic economic arrangements, as one of the dimensions of journalistic work platformization; e) other possible dimensions for building a research agenda in the area, with investigations dedicated to freelance work platformization, to the role of commercial content moderation and click farm platforms, as well as for building organizations for workers-journalists in this context. The text is based on empirical research carried out by the Communication and Labor Research Center (CPCT) on the work of journalists in alternative and independent journalistic economic arrangements that oppose large hegemonic media corporations .

Keywords: alternative and independent journalistic economic arrangements, publication regime, platformization, work

LA PLATAFORMIZACIÓN DEL TRABAJO PERIODÍSTICO: DIMENSIONES, RÉGIMEN DE PUBLICACIÓN Y AGENDA DE INVESTIGACIÓN

Resumen: El artículo propone mirar la centralidad del proceso de plataformización del trabajo periodístico para comprender las diferentes facetas del trabajo en el área de la comunicación en el siglo XXI, debido a la creciente dependencia de las plataformas digitales en relación con las actividades laborales en un contexto de reestructuración del modo de producción capitalista, marcado, sobre todo, por la forma de acumulación flexible. Para ello, propone discusiones sobre: a) el proceso de la plataformización del trabajo, sus implicaciones y la centralidad de la comunicación; b) las relaciones entre la plataformización y las empresas de comunicación; c) cómo las plataformas afectan a las organizaciones de medios dominantes y arreglos económicos periodísticos alternativos e independientes que se oponen a las grandes corporaciones de medios hegemónicos de diferentes maneras; d) cambios en el régimen de publicaciones (regime de publicação), específicamente en arreglos económicos periodísticos alternativos e independientes, como una de las dimensiones de la plataformización del trabajo periodístico; e) otras posibles dimensiones para la construcción de una agenda de investigación en el área, cuyas investigaciones puedan dedicarse a la plataformización del trabajo autónomo, el papel de la moderación de contenidos comerciales y plataformas *click farm*, además de las posibilidades de construir organizaciones para los trabajadores- periodistas en este contexto. El texto se basa en una investigación empírica realizada por el Centro de Investigaciones Laborales y de la Comunicación (CPCT) sobre el trabajo de los periodistas en arreglos económicos periodísticos alternativos e independientes que se oponen a las grandes corporaciones de medios hegemónicos.

Palabras clave: arreglos económicos periodísticos alternativos e independientes, régimen de publicación, plataformización, trabajo

Introdução



As crises estruturais do sistema de produção capitalista, historicamente, impactam em transformações nos sistemas produtivos e nas relações de trabalho, com vistas a ampliar a extração de valor. Altera também as percepções de espaço e tempo (Harvey, 1992; Rebechi & Pinto, 2020), incorporados na gestão do capital. Atualmente, de maneira mais ampla, o mundo do trabalho vive a generalização de trabalhadores sob demanda a partir do modelo *just in time* (Stefano, 2015; Abílio, 2020). Como parte dessas transformações, pesquisadores têm investigado processos como uberização (Abílio, 2020), virtualização (Marques, 2019) e plataformização (Grohmann, 2020) do trabalho, com dimensões e implicações distintas.

Especificamente no jornalismo, objeto deste artigo, as contradições entre transformações e permanências são históricas. Nas últimas duas décadas, as principais mudanças nos processos produtivos devem-se, entre outros elementos, à flexibilização do trabalho, à ampliação dos contratos *part time* e *freelancer*, à diminuição das plantas das empresas e à multiplicação das atividades de trabalho possíveis na área (Fígaro, Nonato & Grohmann, 2013). As mudanças também nos desdobramentos das infraestruturas midiáticas e seu barateamento de custo propiciaram a emergência de novas formas de produção e organização do jornalismo, aqui identificadas como “arranjos econômicos no trabalho de jornalistas” (Fígaro, 2018).

Na segunda metade da década de 2010, ao mesmo tempo como resultado e radicalização dos processos anteriores, houve a crescente dependência de plataformas digitais para conseguir atividades de trabalho, inclusive no jornalismo. A esse processo chamamos de “plataformização do trabalho” (Grohmann, 2020). As relações dos trabalhadores com a organização passam a ser intermediadas por tecnologias com lógicas próprias de organização, vigilância e apropriação dos dados, que se apresentam como meras mediadoras da relação interpessoal, o que tem gerado uma nova reorganização do tempo e do espaço de trabalho.

Na literatura sobre plataformização (Poell, Nieborg & Van Dijck, 2020), entendida de modo geral como a crescente interpenetração das infraestruturas das plataformas e seus mecanismos na sociedade, o espaço para o jornalismo geralmente é entendida somente a partir de suas práticas em sentido amplo, isto é, como o próprio jornalismo se transforma considerando a sua dependência em relação às grandes plataformas, especialmente *Big Tech* (Jurno, 2020). Isso significa considerar as múltiplas dimensões dessa relação, desde o fato de os veículos jornalísticos encontrarem nas plataformas a base sociotécnica necessária para o compartilhamento de notícias, reportagens e até mesmo de novos gêneros e formatos até a necessidade de adequar suas dinâmicas para acompanhar os mecanismos e incessantes modificações nas lógicas das plataformas, o que impacta todas as atividades de trabalho em comunicação, conforme mostram Arriagada e Ibañez (2020).

Contudo, há um ponto-cego em relação a esse entrecruzamento trabalho e jornalismo nos estudos sobre plataformização. Como, de fato, a plataformização afeta o trabalho de jornalistas? Quais são suas dimensões possíveis? Para responder essas questões, o presente artigo discute: a) o processo de plataformização do trabalho e a centralidade da comunicação; b) relações entre plataformização e empresas de comunicação; c) como a

plataformização afeta de maneiras distintas organizações de mídia dominantes e arranjos jornalísticos alternativos; d) as mudanças no regime de publicação como uma das dimensões da plataformização do trabalho jornalístico; e) outras dimensões possíveis para construção de uma agenda de pesquisa na área, como plataformização do trabalho freelancer, o papel da moderação comercial de conteúdo e das plataformas de fazenda de clique, além de possibilidades de construção de organizações de trabalhadores-jornalistas neste contexto. O texto tem por base empírica pesquisa desenvolvida pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) sobre o trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos.

Plataformização do Trabalho

Grohmann e Qiu (2020) indicam que para compreender o fenômeno da plataformização do trabalho é necessário demonstrar que não há um só tipo de plataforma de trabalho. Talvez as mais conhecidas sejam aquelas que, como a Uber ou o iFood, dependem de uma localização específica e são utilizadas para transportar pessoas ou produtos. No entanto, existem as que se utilizam do microtrabalho, como a Amazon Mechanical Turk² e a Appen³, nas quais as pessoas, de forma remota, produzem diferentes dados para alimentar o que se chama de inteligência artificial. Mas há ainda plataformas para *freelancers* que se dispõem a disputar o mercado informal em um número bastante significativo de atividades, como faz a GetNinjas⁴.

Por ser um fenômeno recente, há diferentes caracterizações e tipologias deste tipo de força de trabalho. Segundo Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), o conceito de plataforma advém das áreas de negócios, computação e estudos culturais, sendo uma definição multidimensional. Contudo, essas infraestruturas, no atual modo de produção capitalista, se espalham como sendo a norma para todos os tipos de negócios, como a proliferação de uma ideologia das plataformas para todos os setores da sociedade (Karatzogianni, Codagnone & Matthews, 2018; Oliveira, Carelli & Grillo, 2020).

Srnicek (2018), ao desenvolver o conceito capitalismo de plataforma, define as plataformas como infraestruturas digitais que possibilitam a interação de dois ou mais grupos. Os modelos de negócios baseados nas plataformas, por sua vez, utilizam estratégias como a captura de dados através do uso da rede mundial de computadores, a criação de algoritmos cada vez mais precisos e capazes de influenciar comportamentos,

² Shopping center virtual em que são publicadas, inclusive com valor de remuneração, as tarefas que os computadores teriam dificuldade de executar sozinhos.

³ Empresa de capital aberto, com sede na Austrália, que fornece ou aprimora dados usados para o desenvolvimento de produtos de aprendizado de máquina e inteligência artificial.

⁴ As informações sobre essas duas plataformas podem ser conferidas, respectivamente, em www.helpie.com.br e em www.getninjas.com.br.

intervir no consumo e, assim, aplicar uma vigilância e controle nunca antes visto na história da humanidade (Zuboff, 2018).

O tipo de modalidade do trabalho gestado nessa relação é calcado no aprofundamento da racionalidade neoliberal (Dardot & Laval, 2016), no aumento exponencial do exército de reserva (Marx, 2014) e na financeirização da economia. Este tripé estrutural fornece condições para a plataformização do trabalho e orienta, inclusive, o comportamento sociolaboral dos trabalhadores, moldando suas subjetividades a partir da racionalidade neoliberal, a qual substitui a noção de trabalhador pela de empreendedor, transferindo assim ao indivíduo/trabalhador a responsabilidade - e muitas vezes os custos - do trabalho, que na fase anterior do capitalismo era da empresa/empresário.

Isto se apoia também na vinculação entre o ser humano e a plataforma, alterando a interface trabalhador-trabalhador e remodelando a relação dialógica trabalhador-organização. Os efeitos são de tipo estratégicos e prolongados porque têm reflexo na organização e na cultura, impactando na solidariedade entre as trabalhadoras e os trabalhadores, que se pretende ter sob controle como meio de eliminar forças contrárias à lógica liberal. Nesse contexto de generalização do empreendedorismo como elemento cultural, em que há o compartilhamento de valores que forjam o pensamento e a subjetividade dos indivíduos, vivenciamos a falta de identificação dos sujeitos enquanto membros pertencentes à “classe-que-vive-do-trabalho” (Antunes, 2009).

A emergência das plataformas acontece em um contexto histórico oportuno para essas organizações, tanto pelo desenvolvimento das forças produtivas quanto pelo conjunto de valores circulantes de precarização do trabalho. As plataformas, entendidas de acordo com Van Dijck, Poell e De Waal (2018) ao mesmo tempo enquanto empresas, arquiteturas sociotécnica, governanças e acordos entre Estado, mercado e sociedade civil, exploram as condições históricas para o acúmulo de capital e participam na defesa do mercado como regulador das demandas sociais.

Assim sendo, essas tecnologias digitais contemporâneas, mais do que mediar a comunicação entre os sujeitos que trabalham e as plataformas, também podem ser consideradas como “[...] meios de organização das atividades de trabalho e de comunicação [...]” (Grohmann & Qiu, 2020, pp. 3-6) que envolvem, de modo direto, trabalhadores e consumidores sem a intermediação de pessoas laboralmente vinculadas às plataformas. Para Grohmann (2020) “[...] as plataformas atuam como processos de produção em meio à circulação do capital [...]”, mas têm um papel significativo como meio de comunicação ao contribuírem para “[...] a aceleração dessa circulação, diminuindo o tempo de rotação, reduzindo o tempo morto e acelerando a produção e o consumo (pp. 95-96).

Desta forma, as plataformas são, ao mesmo tempo, meios de produção e comunicação/mo-
do de comunicação e organização dos trabalhadores. As plataformas de trabalho podem envolver uma localização específica ou gerenciamento deslocalizado dos trabalhadores em plataformas de microtrabalho ou *freelancer*/macrotrabalho, com lógicas distintas de extração do valor, vigilância e condições de trabalho (Woodcock & Graham, 2019; Schmidt, 2017), além de envolver clivagens de gênero, raça e território (Van Doorn,

2017). Isso significa, então, por um lado, que a comunicação tem um papel central na produção e circulação das plataformas digitais - e, mais especificamente, no processo que aqui chamamos de plataformação do trabalho jornalístico. Por outro lado, a comunicação, enquanto área e setor econômico, sofre impactos dessa crescente dependência em relação às plataformas - suas infraestruturas, gramáticas e governanças.

Plataformação e empresas de comunicação: algumas implicações

Neste contexto de plataformação, encontramos as *Big Five Techs*, as cinco maiores plataformas estruturais que subsidiam com dados ou suporte as demais plataformas digitais (Van Dijck, Poell & De Wall, 2018) em contexto ocidental (Van Dijck, 2020; Davis & Xiao, 2021). Nessa constelação monopolística estão Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft. Considerando a especificidade deste artigo, direcionamos nosso olhar para as grandes plataformas comunicacionais como Google, Facebook e Twitter, os principais geradores de tráfego externo para o jornalismo (Bell, Owen, Brown, Hauka & Rashidian, 2017) que, fazendo às vezes de canais de comunicação, se apropriam do trabalho de comunicadores, intermediam relações publicitárias com públicos de interesse de grupos jornalísticos hegemônicos ou não e forçam o jornalismo a alterar suas práticas e valores sob os auspícios da visibilidade e da audiência.

Segundo Antunes (2020), essas novas corporações necessitam e se aproveitam da informalidade, da flexibilidade e da precarização dos trabalhadores. Deve-se considerar que há uma associação muito estreita entre o vilipêndio dos direitos dos trabalhadores, as formas estruturadas de trabalho, com garantias e seguros, e o atual sistema capitalista, como demonstrou Moliani (2020) ao enfatizar a relação entre as demissões em massa nos veículos de comunicação brasileiros e a ocupação das agências de comunicação por jornalistas. Mais recentemente, isso também ficou evidente quando comparados os períodos de demissão nas redações dos veículos de imprensa e o surgimento de arranjos alternativos e/ou independentes aos conglomerados de mídia tradicionais (Figaro, 2018).

Sob essa ótica é que compreendemos a fala de Antunes (2020) quando insiste que se essa tendência destrutiva com relação ao trabalho não for confrontada, o que se pode esperar, para além do aumento da informalidade, é “a expansão dos trabalhos ‘autônomos’”, dos “empreendedorismos”, configurando-se cada vez mais como uma forma oculta de “assalariamento do trabalho”, movimento este que, a partir de um viés ideológico, busca “[...] obliterar um mundo incapaz de oferecer vida digna para a humanidade” (p. 15).

Apesar de serem um negócio, um empreendimento comercial, as plataformas se apresentam como mídia, como se fossem meras mediadoras da relação entre seus usuários, ligando pessoas às pessoas, pessoas às organizações, organizações às organizações (Napoli & Caplan, 2018). Todavia, mais do que mediar relações, as plataformas possuem lógicas que conformam comportamentos, em razão da estrutura de uso e navegabilidade (Poell, Nieborg & Van Dijck, 2020). Por meio da comunicação mediada pelo espaço da plataforma, elas armazenam e produzem informações que geram riqueza para a corporação.

Como ocorrem em outras áreas, os trabalhadores da comunicação também são afetados pelo processo de plataformação, o que envolve dependência: a) dos próprios veículos midiáticos em relação às plataformas digitais globais (Van Dijck, Poell & De Waal, 2018); b) dos trabalhadores *freelancer* em relação a plataformas de macrotrabalho como 99Designs e Helpie, com suas lógicas específicas; c) de trabalhadores que produzem conteúdo para plataformas como o Youtube. Além disso, os comunicadores estão inseridos na cadeia global de valor do trabalho digital (Fuchs & Sandoval, 2014), o que envolve, de alguma maneira, desde o trabalho no alto escalão no Vale do Silício até o trabalho de moderadores de conteúdo em lugares como Filipinas (Roberts, 2019).

Isso significa, pois, um contexto de divisão internacional do trabalho digital. Como afirmam Graham & Anwar (2019), as plataformas implantam um mercado de trabalho que tem possibilidade de operar em escala planetária, mas os trabalhadores ficam presos ao ambiente doméstico, que passam a ser, também, local de trabalho. Contudo, essa complexificação geográfica do trabalho digital não significa que os trabalhadores fiquem “inorganizáveis”, pois novas formas de controle do capital exigem outras maneiras de organização e resistência por parte dos trabalhadores (Woodcock & Graham, 2019).

Como organizações capitalistas, as plataformas partilham do discurso da livre concorrência, da autorregulamentação do mercado, da apropriação de dados públicos e gestão do Estado pela iniciativa privada (Slee, 2017). Em sua comunicação e prática, as empresas-plataformas corroboram a sedimentação dos valores neoliberais do *self made man*, do empreendedorismo de si mesmo (Dardot & Laval, 2016), estimulando o surgimento - e posteriormente abrigando — o *self journalism*. No contexto da precarização do trabalho, a reserva industrial de trabalhadores, expulsa de relações — e redações — formais de trabalho, busca nas plataformas meios para exercer uma atividade profissional.

Desde o início dos anos 2010, as empresas de comunicação têm realizado demissões em seus quadros e implantado lógicas de empresa enxuta, que forçaram muitos profissionais a buscar nas tecnologias de informação e comunicação alternativas para realizar seu trabalho (Figaro, 2018; Figaro, Nonato & Grohmann, 2013). Isto é, a partir de possíveis reapropriações e dependências em relação ao trabalho jornalístico, os sujeitos trabalhadores buscam sua gestão da sobrevivência de forma coletiva.

Plataformização e Jornalismo: arranjos alternativos e organizações midiáticas dominantes

No Brasil, pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), entre 2016 e 2018, intitulada “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”⁵,

⁵ A pesquisa contou com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

buscou estudar novos arranjos jornalísticos, com o objetivo de compreender as novas formas de organização do trabalho de jornalistas em arranjos alternativos /independentes aos conglomerados de mídia.

Para tanto, entende-se que os novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas “[...] são uma possibilidade de arranjar, isto é, de organizar o trabalho de forma alternativa e independente aos conglomerados de mídia” (Fígaro, 2018, p. 15). São estruturas organizativas que têm condições muito diferentes de sustentação e se caracterizam por formas diferenciadas das mídias tradicionais de buscar recursos para sua manutenção. Nos novos arranjos, os e as jornalistas se propõem, inclusive, a entregar um produto jornalístico diferente daquele produzido pelas grandes empresas de notícia e, para tanto, recorrem às plataformas digitais para trabalhar e divulgar seu produto final.

Esta pesquisa permitiu, em sua primeira fase, identificar e classificar as características desses arranjos e verificar a possibilidade de uma constante que permita revelar perfis organizativos e marcadores da *práxis* jornalística para, por meio de entrevistas e grupos de discussão, entender os processos de trabalho, as rotinas produtivas, as formas de sustentação e as relações de comunicação entre os profissionais na produção do seu trabalho (Fígaro, 2018).

Na fase 2 da pesquisa foi feita a análise a partir do produto jornalístico de cada arranjo realizado em meio digital, especificamente em seus sites e em duas redes sociais (Facebook e Twitter). Após esta etapa, foi empreendida a comparação entre o resultado obtido com a identificação nucleadora da primeira fase, buscando confrontar a coerência e a coesão das práticas realizadas pelos arranjos jornalísticos e a forma como se identificam.

Uma das evidências coletadas pelo estudo do CPCT foi a presença e até mesmo a dependência dos novos arranjos jornalísticos das plataformas digitais, como Facebook e Twitter. Essa vinculação do jornalismo às plataformas é vista com cautela por diferentes autores. Van Dijck, Poell e De Wall (2018) alertam que a produção jornalística gradativamente passa a obedecer aos mecanismos e organizações do ecossistema de plataformas. Bell et al. (2017), por sua vez, enfatizam que as plataformas digitais assumem a função de *publishers*, de editores para o jornalismo e para as demais informações que circulam em seus espaços.

Os autores atentam ainda para a pressão que as plataformas exercem sobre os valores jornalísticos, observada também pela tensão entre a dataficação inerente às plataformas e a autonomia jornalística. As empresas jornalísticas tradicionais, e mesmo os novos arranjos jornalísticos, veem-se assim em um dilema de ora se basear pelos valores editoriais tradicionais à organização ou ao jornalismo de um modo geral, ora ter de ceder à lógica das plataformas em troca de mais visibilidade e interatividade com o público.

De certa forma, temos assim a atualização de um impasse já antigo ao jornalismo: o da quantidade *versus* qualidade. Duelo que ocupou as páginas de muitos manuais de jornalismo a partir da segunda metade dos anos 1990, quando o jornalismo feito na e para a internet se tornou uma realidade nas redações (Ferrari, 2003).

O jornalismo feito nas e para as plataformas encontra, portanto, duas estratégias possíveis. Na estratégia de rede, as organizações e os arranjos fazem circular *links* que conduzem os leitores para seus sites, onde é possível, além da leitura dos conteúdos, fazer assinatura de *newsletter* e doações para a manutenção do projeto jornalístico. Já na estratégia nativa, o conteúdo jornalístico fica armazenado na própria plataforma e o leitor não precisa sair dela para consumi-lo, ficando à mercê da ordem comunicacional ali presente, composta por conteúdo jornalístico, publicidade e comentários deixados por outros leitores (Van Dijck, Poell & De Wall, 2018; Bell et al., 2017).

Essas estratégias, no entanto, não apaziguam a relação entre as plataformas e o jornalismo. Afinal, mesmo produzindo conteúdos jornalísticos dentro dos parâmetros ditados pelas plataformas, gradativamente, as organizações midiáticas tradicionais perdem o poder de seleção das notícias, assim como os jornalistas deixam de ser atores privilegiados no universo informacional. É preciso ponderar ainda que as organizações midiáticas não têm controle sobre o contexto no qual os usuários acessam as notícias nas plataformas nem acesso aos critérios que orientam as atualizações dos algoritmos das plataformas, os quais conduzem o tráfego das notícias e de outras informações em circulação para os usuários.

|10|

Diante dessa lente embaçada sob a qual as notícias circulam, as organizações midiáticas produzem cada vez mais conteúdos na expectativa de chegar ao público que lhes interessa (Bell et al., 2017). Fenômeno esse que desencadeou um questionamento basilar junto aos pesquisadores da Universidade de Columbia:

Veículos de comunicação enfrentam um sério dilema. Deveriam seguir no oneroso negócio que é ter uma infraestrutura de publicação própria, com um público menor mas total controle sobre a receita, a marca e os dados da audiência? Ou deveriam ceder o controle dos dados de usuários e da publicidade em troca do considerável crescimento do público garantido por Facebook e outras plataformas? (Bell et al., 2017, p. 50).

Antes de buscar uma resposta taxativa à questão levantada, Bell et al. descrevem o cenário que erige esse dilema, apontando mais conflitos que regem a relação entre o jornalismo e as plataformas. Um deles versa exatamente sobre o caráter privado dos interesses das plataformas, dissonantes do interesse público sob o qual o jornalismo convencionalmente se orienta. Essa contradição evidenciou-se em episódios recentes em que a plataforma Twitter, por exemplo, apagou tuítes do então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e suspendeu indefinidamente a conta dele em janeiro de 2020⁶. A celeuma em torno dessa ação — aplaudida por muitos progressistas dado os tons racistas, sexistas e violentos das postagens de Trump — girou em torno da ausência de transparência dos critérios de exclusão da conta do ex-presidente e mobilizou uma discussão, já posta publicamente, sobre a regulação pública das plataformas e dos riscos da moderação de conteúdos impetradas por elas.

⁶ Notícia sobre o caso disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55597638>.

Em razão desse cenário comunicacional, Van Dijck, Poell e De Wall (2018) sugerem que para se ter um jornalismo democrático na sociedade de plataformas é preciso uma postura justa e independente das organizações jornalísticas. Além disso, é necessário que os demais atores envolvidos se responsabilizem pela circulação de informação, e isso implica em mais transparência, sobretudo das plataformas, que dentre as ações de responsabilização que lhes são cobradas está a abertura dos algoritmos e a defesa de valores sociais públicos em lugar de valores privados.

Mudanças no regime de publicação nos arranjos alternativos: uma das dimensões da plataformização do trabalho jornalístico

Ao mesmo tempo em que as plataformas de mídias sociais desafiam os modelos de negócios das grandes organizações midiáticas, elas se tornam gradativamente indispensáveis para a circulação da produção jornalística. Daí porque os arranjos de jornalismo independentes e/ou alternativos mantêm perfis nas plataformas de redes sociais brasileiras, mas não de modo uniforme, conforme demonstraram Marques, Camargo e Moliani (2019). As mais utilizadas pelos participantes da pesquisa - realizada pelos autores deste artigo, sob coordenação de Fíguro (2018) - eram Facebook e Twitter, sendo incipiente, à época, a participação deles no Instagram.

[11]

Com as reflexões sobre o controle dos dados produzidos, a crítica do monopólio das empresas de plataforma e a conformidade do desenho das redes sociais e das interfaces para a escrita e publicação de sites, adensamos nossas escolhas de pesquisa. Assim apuramos o olhar dos pesquisadores sobre essas camadas discursivas, sócio-culturais, pois elas têm valor ideológico, remetendo a escolhas e a determinações sociais. Dessas questões partiram as reflexões acerca da coleta propriamente dita através das ferramentas Netlytic e NVivo (Marques, Camargo & Moliani, 2019) e da organização dos arquivos obtidos a partir da coleta de dados por essas ferramentas, conforme anotaram Nonato, Pachi Filho e Silva (2019).

A seleção das produções jornalísticas dos arranjos se deu em 2018 e abrangeu o período das eleições no Brasil (1 a 8 de outubro — semana que antecedeu o primeiro turno; 22 a 29 de outubro — semana que antecedeu o segundo turno). A escolha desse momento particular se deu pelo fato de ser um tema de interesse para todo o país e, portanto, um objeto previsível na cobertura jornalística, além do fato de ser período de grande polarização política. A coleta nos rendeu um arquivo composto por planilhas com diferentes informações. Neste contexto, a relação com o arquivo, mediada pela questão da compreensão do produto jornalístico dos arranjos econômicos alternativos durante as eleições de 2018, é determinante para a compreensão da própria discursividade. Isso porque a leitura desses materiais, como aponta Dias (2018), é parte do momento de sua circulação, e a textualização é determinada pelo processo de atualização dos sentidos, ou seja, dos dados pela circulação em grande quantidade.

Essas questões geraram alguns dilemas como o fato de não haver como estabelecer a periodicidade no fluxo de produção das informações postadas e atualizadas nos sites e

nas plataformas de redes sociais (Facebook e Twitter) dos arranjos jornalísticos estudados.

Buscando apreender melhor essa produção jornalística dos arranjos alternativos aos conglomerados de mídia, nos apoiamos no binômio comunicação e trabalho (Fíguro, 2008) que foca no uso que os trabalhadores fazem da linguagem enquanto enunciados concretos e únicos (Bakhtin, 2016), sendo estruturados a partir de dispositivos comunicacionais⁷. Este binômio é um constructo teórico-metodológico que coloca a comunicação como uma das áreas protagonistas nos estudos a respeito do mundo do trabalho, partindo do princípio que é a comunicação o elemento que organiza, constrói e transforma as redes de sentido que envolvem o trabalhador e a atividade (Kanyat, 2016).

Junto a essas concepções, procuramos referências para compreender melhor a questão da periodicidade no jornalismo feito pelos arranjos alternativos, haja vista a natureza dos arranjos pesquisados nos quais, conforme veremos, a rotina de trabalho é influenciada diretamente pelas suas presenças nesse universo virtual. A partir da organização dos respectivos arquivos do conteúdo elaborado pelos arranjos, notamos que não havia periodicidade certa na grande maioria dos arranjos analisados. Tal constatação nos fez buscar outros conceitos para entendermos as publicações e seus tempos/espacos de diálogos, cotejando-as com outras vozes discursivas.

|12|

Por exemplo, uma matéria produzida para o site pode ser atualizada, comentada, retirada, corrigida indefinidamente, deixando ou não marcas visíveis desses movimentos de ir e vir de discursos, de vozes múltiplas. O site é um lugar institucional e mais delimitado do que uma rede social, mas mesmo assim sua materialidade não está relacionada a um tempo ou espaço específico - o jornal impresso ou televisivo ou radiojornalismo não admitem. É próprio da materialidade do virtual a plasticidade do eterno renovar-se, tanto que a atualização contínua é uma das características do jornalismo praticado na internet (Palacios & Machado, 2003).

A observação das postagens dos novos arranjos jornalísticos leva-nos a supor que o regime de publicação contínuo cria a sensação de eterna presentificação. O ‘aqui e agora’ compõe a *dèixis* que marca a interlocução eu-tu do processo enunciativo do arranjo jornalístico, trazendo junto a questão do cronotopo (Bakhtin, 1998), que reflete a presentificação do reportado e do ato de reportar.

Fazem-se necessárias, no entanto, algumas considerações sobre o uso do termo regime de publicação, que remete ao campo semântico relativo ao processo de produção de periódicos, ora mais vinculado ao tempo de publicação e circulação, ora vinculado à função-autor (Chartier, 1999). O autor, a partir de Michel Foucault e Michel de Certeau, enuncia a complexidade dos elementos envolvidos na produção e circulação de livros, e para quem a função-autor aparece “[...] ordenando as tentativas que visam ordenar o inventário das obras, comandando o regime de publicação dos textos”. (Chartier, 1999,

⁷ Entendemos dispositivo como o conjunto dos elementos que permitem a existência da comunicação: *midium*, discurso, situação de recepção e situação de circulação (Maingueneau, 2001).

p. 58, com destaque nosso). A função-autor é criada ao longo da história, vinculada ao desenvolvimento das forças produtivas, das cidades e da circulação de livros e também está “[...] no centro de todos os questionamentos que ligam o estudo da produção de textos ao de suas formas e seus leitores” (Chartier, 1999 apud Carvalho & Lousada, 2009).

Consideramos que o termo regime de publicação recobre um campo de sentidos relativo à produção editorial, na conformação de dispositivo comunicacional — e aos seus processos de produção. Portanto, regime de publicação é um conceito mais amplo do que o de periodicidade - que está mais afeito a intervalos constantes de veiculação - e refere-se também ao alcance e escala de produção. Ele também abarca mais adequadamente o dispositivo comunicacional acionado nos sites dos arranjos jornalísticos e/ou nas redes sociais de que eles se utilizam.

A aceleração do tempo e a desespacialização, gerados pelo online, criam a sensação do eterno presente conectado. O jornalismo entra nessa dimensão pela porta do regime de publicação, as marcas de interrupção da periodização não são mais necessárias, as informações são reportadas nesse fluxo constante de postagens, atualizações, republicações, links e circulação por meio de diferentes dispositivos. Assim, a narrativa vai se transformando à medida que sai do site e vai para a página do Facebook, depois para o Twitter, o Instagram ad aeternum (Fígaro, 2020, p. 275).

|13|

Sabe-se que a alteração na base sociotécnica da sociedade transforma também os modelos de produção jornalística. Assim, a organização do trabalho em espaço e tempo virtuais é totalmente diferente das dimensões assumidas no ambiente físico. Com isso, no que se refere ao regime de publicação, o que percebemos nos arranjos pesquisados é que a mudança na relação tempo-espaço altera o gênero e, conseqüentemente, a própria notícia, a relação com as fontes e com o público. Portanto, as informações são tratadas a partir das rotinas produtivas e o regime de publicação revela as transformações dessa produção, inclusive, sendo parte constituinte dela, configurando o *mídium*.

A exigência de estar sempre contando histórias e relatando acontecimentos, governada principalmente pelo dispositivo, exige dos comunicadores mais tempo e novas formas para organizar a produção. Nos sites de redes sociais, esse movimento de destempo e deslocalização é ainda mais presente e ditado pela lógica algorítmica e mercadológica das plataformas. Assim sendo, o processo produtivo desse tipo de jornalismo é sempre imperfeito, no sentido do não acabamento, sempre passível de atualização e correção. Essa lógica não é imanente apenas ao *mídium*, mas também ao dispositivo comunicacional (Maingueneau, 2001).

A produção discursiva jornalística dos arranjos analisados torna-se um emaranhado de interdiscursos que também ganham sentido e destaque a depender das formas de circulação e apropriação; e tudo isso em um tempo que não pode ser contado por horas, dias, minutos de modo exato. É o próprio funcionamento do dispositivo comunicacional que produz esses deslocamentos tempo-espaciais pois, conforme Maingueneau (2001), o dispositivo representa um conjunto de elementos que organiza determinado momento de enunciação, sendo formado pela mídia, com suas características e materialidades, o

público e o ambiente. Para Figaro e Grohmann (2017), “[...] o conceito de dispositivo das relações de comunicação no mundo do trabalho torna operativa a observação *in loco*, dando ao pesquisador/observador pistas sobre o que e como observar as relações de comunicação” (p. 72).

Salientamos, conforme afirma Braga (2020), que “[...] não é a denominação ‘dispositivo’ que importa, mas sim a possibilidade de acionar o mesmo olhar, a mesma analítica [...]” (p. 19), uma vez que esses dispositivos comunicacionais se materializam por suportes materiais, situações de difusão e de recepção (Figaro & Mauro, 2018).

Para fazer operar esses conceitos teórico-metodológicos, tomamos algumas decisões que dizem respeito ao tratamento dos dados coletados na pesquisa. Primeiramente definimos que o material a ser analisado seria o veiculado no dia de maior número de publicações de cada arranjo no período de recorte, tanto do primeiro turno, quanto do segundo. Depois optamos por realizar a análise do regime de publicação, dos gêneros jornalísticos dos textos e das instâncias de produção (tema e fonte), composição (presença de fotos, *links*, vídeos etc.) e instância de circulação (*tags*, comentários, redes sociais etc.). Acreditamos que essas categorias conceituais, ao serem empregadas no material estudado, podem trazer elementos importantes sobre a produção jornalística dos arranjos estudados.

[14]

Em um primeiro arranjo analisado (Agência Pública) foi possível verificar que a produção está bem caracterizada como jornalística, conforme aponta o subgênero reportagem, o mais usado em seu site. O dispositivo comunicacional está voltado à produção jornalística e é fiel a sua linha editorial, traçada como uma agência de jornalismo independente com forte produção voltada à reportagem. No Facebook e no Twitter há intensa interdiscursividade com o site e não é apenas um trabalho de citação entre *midiums*, mas também de estilização, em que a paráfrase de um *mídiu* a outro faz conectar diferentes formas de leitura e talvez de públicos. Percebe-se também espaço para outras vozes que não têm lugar na grande empresa jornalística.

O que se pretende agora é desenvolvermos a compreensão das relações que se estabelecem entre os diferentes dispositivos comunicacionais e se eles são utilizados de formas diferentes e quais são essas formas em termos do discurso jornalístico produzido. Alguns arranjos priorizam as redes sociais digitais como lugar de produção e circulação de seus discursos, outros priorizam o site, decisão que está vinculada às condições de produção, aos objetivos (missão e valores) e ao posicionamento editorial de cada arranjo.

À guisa de conclusão: por uma agenda de pesquisa para a plataformização do trabalho jornalístico

Ao fim desta reflexão, na qual problematizamos inicialmente a plataformização do trabalho e, mais especificamente, do trabalho dos jornalistas, buscamos revelar os caminhos para a compreensão da atividade jornalística nos arranjos alternativos aos grandes conglomerados de mídia. Também procuramos evidenciar como as transformações desse modo de produção influem na elaboração do material jornalístico produzido pelos arranjos que, apesar de buscarem diferenciar suas pautas e política

editorial da imprensa tradicional, estão ‘acorrentados’ pela lógica, metrificação e objetivos das plataformas de sites de redes sociais.

Nesta trajetória, deparamos com a contingência de refletir sobre a construção social dos arquivos, a utilização de *softwares* e as suas funções para decodificar os inúmeros dados coletados a partir de sua própria lógica, visto que a primeira camada de organização destas informações é feita pela ferramenta de coleta. Está imbricado na pesquisa o papel dos dados em diferentes situações, seja na nossa pesquisa para os veículos jornalísticos ou para as plataformas, mas acima de tudo como um componente central da produção de valor. Esse é um tema atual que carece de investigação a partir do raciocínio contra-hegemônico e longe do determinismo tecnológico que faz parte da ideologia do capital.

Isso significa que, para compreender as dependências das plataformas digitais e suas infraestruturas — como dados e algoritmos — no trabalho de jornalistas, é preciso analisar, em uma dimensão, as alterações e circulação da informação, com sensíveis impactos para os arranjos alternativos. Contudo, os impactos da plataformização sobre os regimes de publicação no trabalho jornalístico são apenas um dos elementos desse processo, que tende a se acentuar frente à crescente generalização da plataformização do trabalho em todos os setores.

|15|

Isso nos leva a pensar em uma agenda de pesquisa sobre plataformização do trabalho jornalístico, no sentido de estimular novas investigações na área em pontos cegos no campo. Um deles é a plataformização do trabalho *freelancer* em jornalismo. Dado que eles já eram trabalhadores sob demanda (Stefano, 2015) desde antes das plataformas — e, no sentido de Abílio (2020), já uberizados — conforme mostra Grohmann (2012), a dependência em relação ao trabalho em plataformas digitais e seus mecanismos, como gerenciamento algorítmico, apresenta novos desafios às suas atividades de trabalho. Conforme Schor et al. (2020), quanto mais dependentes os trabalhadores são dependentes das plataformas digitais, mais tendem a atividades precárias. Mapear os jornalistas *freelancers* plataformizados no Brasil, identificar suas condições de trabalho e como essas plataformas se relacionam aos princípios de trabalho decente (Fairwork, 2020) pode ser um primeiro passo para compreender essas questões.

Outra dimensão envolve as relações entre o trabalho jornalístico e as plataformas de microtrabalho (Casilli, 2019), desde as que produzem dados para automação e inteligência artificial, passando pela moderação comercial de conteúdo (Roberts, 2019), com distintas características e implicações para o trabalho jornalístico, desde a presença de profissionais formados em jornalismo — o que tem se mostrado uma realidade presente no Brasil (Grohmann & Araújo, no prelo) — até em compreender como essas atividades se entrecruzam nas cadeias produtivas do trabalho em plataformas (Qiu, Gregg & Crawford, 2014). Por exemplo, a atividade de moderação de conteúdo está na base para as lógicas das plataformas. Não existem plataformas sem moderação de conteúdo e isso não pode ser completamente automatizado. Desta forma, as mudanças dos regimes de publicação são só a ponta do iceberg de como funcionam as infraestruturas das plataformas e seus mecanismos.

No caso das fazendas de clique, com predominância de plataformas *made in Brazil*, a maioria dos clientes é de influenciadores, agências digitais, políticos e celebridades, evidenciando como o trabalho nas indústrias midiáticas depende atualmente, de forma crucial, desse tipo de atividade. Além disso, há um ponto cego nos estudos sobre desinformação que é justamente investigar o papel do trabalho humano na circulação de *fake news* em plataformas digitais. Alguns poucos trabalhos, como Ong e Cabanes (2019) e Lindquist (2018), ressaltam a centralidade de agências de comunicação e plataformas de microtrabalho — seja as mais conhecidas como Mechanical Turk até as locais de fazenda de clique — para espalhar desinformação.

Todas essas, pois, são dimensões da plataformização do trabalho jornalístico e apresentam-se conectadas. As alternativas e contra-hegemonias em relação a essa plataformização envolvem as disputas de sentido em torno do processo e como confrontá-la. Cohen e De Peuter (2020), por exemplo, apontam para uma nova onda de sindicalização. Especificamente na área do jornalismo destacamos: a) Writers Guild of America East, nos Estados Unidos, que reúne trabalhadores de VICE, Vox, The Intercept, MTV, HuffPost, Gizmodo e Fast Company (Cohen & De Peuter, 2018); b) sindicato dos trabalhadores do BuzzFeed nos Estados Unidos (Buzzfeed News Union), no contexto da emergência de sindicatos de trabalhadores de outras iniciativas em plataformas digitais, como The Union e Pitchfork; c) sindicatos de trabalhadores *freelancer*, como Freelancers Union, Canadian Freelance Union, ações sindicais de jornalistas *freelancer* na Suécia, além do #FairPayForFreelancers.

[16]

Em comum — além de estar localizados no Norte Global — buscam por uma organização coletiva dos jornalistas que seja adequada à forma atual do mundo do trabalho; o fato de nem sempre se considerarem como “sindicatos”, e sim como organizações de trabalhadores, em busca por novas palavras para designar novos momentos; o papel fundamental das plataformas digitais como meio de comunicação e, ao mesmo tempo, organização política dos jornalistas. Os jovens jornalistas estão cansados de ser alimentados por locais de trabalho descontraídos, pelo imaginário das *startups* de tecnologia, mas sob precárias condições de trabalho, como mostram Cohen e De Peuter (2020) no Canadá. Além das condições de trabalho, os jornalistas clamam por maior diversidade racial nas redações e por maior controle sobre suas próprias atividades de trabalho.

Por fim, um grande desafio de pesquisa e intervenção é como construir plataformas alternativas em relação ao trabalho jornalístico — não necessariamente jornalísticas, mas que subsidiem suas infraestruturas — que atuem a partir de valores do bem comum em sentidos não mercantilizados. Por enquanto, o movimento de cooperativismo de plataforma (Scholz, 2017) não tem respondido atentamente a essa demanda, mas é possível pensar em plataformas de propriedade de trabalhadores no contexto do jornalismo enquanto projetos prefigurativos (Sandoval, 2017) no sentido de lutar por outras plataformizações em torno do trabalho de jornalistas.

Referências bibliográficas



- Abílio, L. C.. (2020). Uberização: a era do trabalhador just-in-time?. *Estudos Avançados*, 34(98), 111-126. <https://dx.doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3498.008>
- Antunes, R. (Org.) (2020). *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. São Paulo: Boitempo.
- Antunes, R. (2009). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo.
- Arriagada, A. & Ibañez, F. (2020). “You Need At Least One Picture Daily, if Not, You're Dead”: Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology. *Big Data & Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Bakhtin, M. (2016). *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Editora 34.
- Bakhtin, M. (1998). *Questões de literatura e de estética – A teoria do romance*. São Paulo: Hucitec/Annablume.
- Bell, E., Owen, T., Brown, P., Hauka, C. & Rashidian, N. (2017). A imprensa nas plataformas: como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. *Revista de Jornalismo ESPM*, 20(6), 48-83. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>
- Braga, J. L. (2020). *Uma conversa sobre dispositivos*. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG.
- Carvalho, L. C. & Lousada, V. L. (2009). *A Revue Spirite (1858-1869) e as comunidades de leitores das obras de Allan Kardec*. XV Encontro Sul Riograndense de Pesquisadores em História da Educação. Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.
- Casilli, A. (2019). *En Attendant Les Robots: enquête sur le travail du clic*. Paris: Seuil.
- Chartier, R. (1999). *A ordem dos livros: autores, leitores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: EdUnB.
- Cohen, N. & De Peuter, G. (2018). I work at Vice Canada and I need a union: Organizing Digital Media. Em S. Ross & L. Savage (Eds.). *Labour Under Attack: Anti-unionism in Canada* (pp. 114-128). Nova Escócia: Fernwood.
- Cohen, N. & De Peuter, G. (2020). *New Media Unions: organizing digital journalists*. New York: Routledge.
- Dardot, P & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo. Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo.
- Davis, M. & Xiao, J. (2021). De-Westernizing Platform Studies: History and Logics of Chinese and US Platforms. *International Journal of Communication*, (15), 103-122. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13961>
- Dias, C. (2018). Análise do discurso digital: sobre o arquivo e constituição do corpus. *Estudos linguísticos*, 44 (3), 972-980. <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/1030>
- Fairwork (2020). *Fairwork 2020 Annual Report*. Oxford, United Kingdom.

- Ferrari, P. (2003). *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto.
- Fígaro, R. (2008). *As relações de comunicação no mundo do trabalho*. São Paulo: AnnaBlume.
- Fígaro, R. (2018). *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. São Paulo: ECA-USP.
- Fígaro, R. (Org) (2020). *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. Relatório final da segunda fase da pesquisa: produção jornalística. São Paulo: ECA-USP
- Fígaro, R. & Grohmann, R. (2017). Dispositivos comunicacionais no mundo do trabalho: uma revisão teórica para operacionalizar o conceito. *Comunicação & Inovação*, 18(38), 62-75.
- Fígaro, R. & Mauro, R. (2018). O dispositivo comunicacional nas mídias digitais: um estudo sobre páginas e grupos do Facebook. *Revista Interin*, 23(2), 90-115. <https://seer.utp.br/index.php/i/article/view/748>
- Fígaro, R; Nonato, C & Grohmann, R (2013). *As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas*. São Paulo: Salta.
- Fucks, C. & Sandoval, M. (2014). Digital workers of the world unite! A framework for critically theorizing and analyzing digital labour. *tripleC*, 12 (2). <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/549>
- Graham, M. & Anwar, M. (2019). The global gig economy: Towards a planetary labour market? *First Monday*, 24 (4). <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/9913>
- Grohmann, R. (2012). *Os Discursos dos Jornalistas Freelancers sobre o Trabalho: comunicação, mediações e recepção*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo.
- Grohmann, R. (2020). Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. *Eptic*, 22(1). <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/12188>
- Grohmann, R. & Qiu, J. (2020). Contextualizando o trabalho em plataformas. *Contracampo*, Niterói, V. 39, N. 1, Introdução, abr./jul. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i3>
- Grohmann, R. & Araújo, W. (no prelo). Beyond Mechanical Turk: the work of Brazilians on AI platforms. Em P. Verdegen (Org.). *AI for Everyone? Critical Perspectives*. London: University of Westminster Press.
- Harvey, D. (1992). *A condição pós-moderna*. São Paulo: Editora Loyola.

- Jurno, A. (2020). *Facebook e a plataformação do jornalismo : uma cartografia das disputas, parcerias e controvérsias entre 2014 e 2019*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Minas Gerais.
- Kanyat, L. (2016). Trabalho como mediação da comunicação: uma reflexão teórica sobre o binômio comunicação-trabalho e os estudos de recepção. *Novos Olhares*, 5(1), 69 – 78, <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2016.112224>
- Karatzogianni, A., Codagnone, C. & Matthews, J. (2018). *Platform Economics: Rhetoric and Reality in the "Sharing Economy"*. London: Emerald.
- Lindquist, J. (2018). Illicit Economies of the Internet: Click Farming in Indonesia and Beyond. *Made in China Journal*, 3, 88-92.
- Maingueneau, D. (2001). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez.
- Marques, A. (2019). *A redação virtual e as rotinas produtivas nos novos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo.
- Marques, A. F., Camargo, C. A. & Moliani J. A. (2019). *A produção noticiosa dos novos arranjos de trabalho dos jornalistas: análise das ferramentas de coleta Netlytic e NVivo*. 17o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Goiânia, Brasil.
- Marx, K. (2014). *Capital: crítica da economia política: livro II*. São Paulo: Boitempo.
- Moliani, J. A. (2020). *O trabalho em agências de comunicação: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de rabo preso com o cliente*. (Tese não publicada). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo
- Napoli, P. & Caplan, R. (2018). Por que empresas de mídia insistem que não são empresas de mídia, por que estão erradas e por que isso importa. *Parágrafo*, 6(1), 143-163. <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/724>
- Nonato, C., Pachi Filho, F. F. & Silva, N. R. (2019). *O trabalho de jornalistas em arranjos econômicos independentes: uma interpretação a partir dos rastros digitais*. 17o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Goiânia, Brasil.
- Oliveira, M., Carelli, R. & Grillo, S. (2020). Conceito e crítica das plataformas digitais de trabalho. *Revista Direito e Práxis*, 11(4), 2609-2634. <https://www.scielo.br/pdf/rdp/v11n4/2179-8966-rdp-11-04-2609.pdf>
- Ong, J. & Cabanes, J. (2019). When disinformation studies meets production studies: Social identities and moral justifications in the political trolling industry. *International Journal of Communication*, (3), 5771-5790. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11417>
- Palacios, M. & Machado, E. (2003). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra.

- Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. (2020). Plataformização. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, 20(1), 2-10. <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>
- Qiu, J., Gregg, M. & Crawford, K. (2014). Circuits of labour: A labour theory of the iPhone era. *tripleC*, 12(2). <https://doi.org/10.31269/triplec.v12i2.540>
- Rebechi, C. N. & Pinto, G. A. (2020). Da lean manufacturing à smart factory: a comunicação nos processos de organização do trabalho no capitalismo contemporâneo. *Contracampo*, 39(1), 84-100. <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38576>
- Roberts, S. (2019). *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. New Haven: Yale University Press.
- Sandoval, M. (2017). Enfrentando a Precariedade com Cooperação: cooperativas de trabalhadores no setor cultural. *Parágrafo*, 5(1), 111-126. <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/567>
- Scholz, T. (2017). *Cooperativismo de Plataforma*. São Paulo: Autonomia Literária/Fundação Rosa Luxemburgo.
- Schor, J., Attwood-Charles, W., Cansoy, M., Ladegaard, I. & Wengronowitz, R. (2020). Dependence and precarity in the platform economy. *Theory and Society*, 49, 833-861. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11186-020-09408-y>
- Slee, T. (2017). *Uberização: a nova onda do trabalho precarizado*. São Paulo: Elefante
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Stefano, V. (2015). The rise of the just-in-time workforce: On-demand work, crowdwork, and labor protection in the gig-economy. *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 2682602. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2682602>
- Van Dijck, J. (2020). Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance. *New Media & Society*, 12(3), 347-364. <https://doi.org/10.1177/1461444820940293>
- Van Dijck, J., Poell, T. & De Wall, M. (2018). *The platform society*. New York: Oxford University.
- Van Doorn, N. (2017). Platform labor: On the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the 'on-demand' economy. *Information, Communication & Society*, 20 (6), 898-914. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2017.1294194>
- Woodcock, J. & Graham, M. (2019). *The Gig Economy: A Critical Introduction*. London: Polity.
- Zuboff, S. (2018). Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. Em F. Bruno et al. (Orgs.) *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo.



AVATARES
de la comunicación y la cultura N° 21
(Junio 2021)
ISSN 1853-5925

REVISTA DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES – UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

