

Da mídia de massa à plataformização: as transformações no ecossistema midiático

From mass media to platformization: transformations in the media ecosystem

De los medios masivos a la plataformización: transformaciones en el ecosistema mediático

Adriana BARSOTTI¹
Ana Paula Goulart de ANDRADE²
Iluska COUTINHO³

Em cem anos, a população do Brasil passou de 30,6 milhões, segundo o Recenseamento Geral de 1920, para 212, 6 milhões, de acordo com os dados do último Censo do IBGE. Nesse período, nos transformamos como sociedade, à medida em que também a Comunicação, e o Jornalismo em particular, vivenciaram mudanças diversas: de linguagem, de suporte, de escala e de promessas (Sodré, 2006). Tomando o recorte do ano de 1925, há marcos importantes, como a inauguração da sede do Senado Federal, então no Rio de Janeiro; a criação do jornal A Classe Operária, pelo Partido Comunista; a primeira edição da Corrida São Silvestre e a fundação do jornal O Globo, por Irineu Marinho, dando início ao conglomerado de mídia que se tornaria o maior do Brasil e o 17º do mundo (Rosa, 2015).

¹ Doutora em Comunicação pela PUC-Rio. Professora Adjunta do Departamento de Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF) e do Quadro Permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF). e-mail: adrianabarsotti@id.uff.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7834-9937>

² Doutora em Comunicação pela Puc- Rio. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: apgoulartandrade@id.uff.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0414-1305>

³ Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Professora Titular da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5597-9453>



Do jornal impresso, o futuro império da comunicação se estendeu para a rádio, com a fundação da Rádio Globo, em 1944, para a televisão, com a inauguração da TV Globo, em 1965, e para o digital, com a estreia do Globo Online, em 1996. Em cem anos, o grupo influenciou a esfera política e cultural do país por meio do jornalismo e entretenimento. O marco de um século da fundação do Grupo Globo, em 2025, inspirou a proposta deste dossiê *Da mídia de massa à plataformização: as transformações no ecossistema midiático*.

Se no passado o coronelismo eletrônico (dos Santos, 2006; Aires; dos Santos, 2023) dos grandes impérios nacionais da comunicação (Wu, 2012) era quase irrestrito, na contemporaneidade o poder desses grupos encontra-se ameaçado pelas big tech (Morozov, 2018) e pela fragmentação das audiências. No Brasil, 79% da população acessa notícias via redes sociais e apenas 43% confiam na mídia (Carro, 2024). Nas redes sociais, o regime de visibilidade das notícias depende cada vez mais dos algoritmos programados pelas big tech, limitando o poder dos editores na proposição de uma agenda em comum de debates para a sociedade.

O agendamento (McCombs, 2009) vem perdendo força para a agenda invertida (Saperas, 2020), para a qual concorrem tanto os meios da legacy media quanto os cidadãos, através das plataformas digitais, levantando questões sobre o impacto público do jornalismo. Nesse cenário, a necessidade de atrair e manter a atenção das audiências (Zelizer, Boczkowski e Anderson, 2021) se impõe, demandando adaptações dos grupos de mídia tanto em relação a novos formatos quanto a modelos de negócios que possam garantir a sustentabilidade dos meios. O debate sobre a necessidade de regulação das plataformas ganha força e opõe, de um lado, as empresas de mídia e, de outro, as big tech. As organizações jornalísticas querem ser remuneradas pelo conteúdo indexado pelas plataformas, embate que vem se agravando com o uso da Inteligência Artificial generativa, que reduz o tráfego para os sites de notícias. Já as big tech não querem ser responsabilizadas pelo conteúdo veiculado em suas plataformas, inclusive desinformação e discursos de ódio.

No artigo que abre o dossiê, as autoras Cristine Gerk e Marialva Barbosa se debruçam a analisar os perigos e as brechas sobre o uso da IA nas redações jornalísticas, apontando como essa tecnologia vem remodelando o fazer jornalístico contemporâneo. Riscos e oportunidades do uso de inteligência artificial na produção jornalística: uma análise das diretrizes do Grupo Globo tenta traduzir os bastidores de



um importante momento histórico da atividade profissional, a partir de novas diretrizes organizacionais, identificando alterações no cotidiano jornalístico tanto para o jornalismo quanto para o jornalista. São pontos-chave da leitura a preocupação com transparência e informação ao leitor sobre o uso de IA, bem como o acúmulo de novas funções e competências ligadas à criatividade e inovação, ultrapassando o processo de automação já bem desempenhado pela IA.

A mesma temática comparece no texto IA generativa: mudanças nas práticas jornalísticas brasileiras a partir da análise de políticas de uso, de Francilene Silva e Rita Paulino. Com foco na relação entre “comunicação-homem-máquina”, e com base em documentos sobre o uso de IA de nove veículos jornalísticos brasileiros - Núcleo Jornalismo, Agência Tatu, Agência Pública, Estadão, Revista AzMina, Folha de S. Paulo, O Globo, As Fatos e Correio Sabiá -, o texto identifica a IA generativa como um novo ator tecnológico em todos os processos de produção jornalística, destacando o protagonismo maquínico nas organizações jornalísticas brasileiras.

O artigo *Strategy sets the scene for the tail*. Mediamorfose do The Guardian e Taylor Swift como estratégia jornalística é emblemático das transformações pelas quais a mídia de massa vem passando na tentativa de atrair e manter a atenção das audiências. O texto analisa a newsletter Swift Notes, dedicada à cobertura da cantora Taylor Swift, considerada a segunda mais importante artista pop do século XXI, segundo a revista Billboard. Publicada pelo bicentenário jornal britânico The Guardian entre fevereiro e agosto de 2024, o produto é mais uma tentativa do jornal de se adaptar a um cenário influenciado pelas audiências, pela reconfiguração do processo de seleção, produção e distribuição das notícias, pelas mudanças estruturais da sociedade e do jornalismo, pelo mercado e pelas tecnologias. À luz do conceito de mediamorfose (Fidler, 1998) e da convergência de linguagens, os autores Raquel Longhi, Denise Martins Lira, Maria Clara Moura e David dos Santos concluem que o produto reflete uma hibridização de linguagens e estratégias na tentativa de conquistar leitores mais jovens.

No texto Instagram como espaço informativo: uma revisão bibliográfica sobre produção e circulação de notícias, as autoras Gabriela Silva e Thaísa Bueno focalizam a realidade plataformizada, apontando para as transformações no trânsito jornalístico entre produção, circulação e consumo informativo em dez cidades do estado do Maranhão, considerando o cenário midiático local. A partir das ferramentas “Perfil”,



“Story”, “Reels” e “Post”, as autoras constroem um quadro analítico entre a linguagem jornalística e a do Instagram, reconhecendo similitudes e apontando o Instagram como um potente local de alcance das audiências e notoriedade jornalística, sobretudo em uma realidade em que o jornalismo contra- hegemônico pode encontrar novas maneiras de informar, superando as fronteiras tradicionais.

O uso de dispositivos móveis para a propagabilidade de simulações de cidadania: os ataques à Rede Globo nas enchentes do Rio Grande do Sul em 2024, de Juliana Teixeira e Hélder Nóbrega, alerta para a disputa de narrativas entre a mídia hegemônica e o público local. Com o auxílio do método de estudo de caso, os autores identificaram a produção de conteúdo nas redes e denominaram-na como “narrativas audiovisuais autônomas”, referentes à calamidade das enchentes no Rio Grande do Sul. O enfrentamento entre cidadãos e jornalistas foi flagrado por smartphones, e viralizou nas redes, esvaziando a possibilidade do debate público e revelando as estratégias propagáveis de conteúdo desinformativos, criando uma falsa impressão de cidadania. Assim, o texto identifica uma insatisfação e descrença social na instituição jornalística, representada pela Rede Globo de Televisão e toda a sua história política. A manifestação popular pode ser traduzida como resistência ao monopólio das narrativas que a mídia hegemônica busca construir, bem como uma tentativa contra-hegemônica, na qual grupos sociais buscam representar suas próprias verdades e romper com a lógica imposta pela mídia dominante e seus representantes. Entretanto, a desistência em relação às instituições jornalísticas promovem danos na disputa pela esfera pública dos acontecimentos.

O artigo Plataformação e novos modelos de negócios no jornalismo: apontamentos sobre o jornalismo de marca do Estadão Blue Studio busca analisar as implicações do fenômeno da plataformação na reconfiguração dos modelos de negócio de empresas jornalísticas pelo viés do jornalismo de marca. As autoras Claudiane Carvalho e Maria Aparecida Brito Santana compreendem o jornalismo de marca como uma convergência entre técnicas e protocolos jornalísticos e estratégias de comunicação para marcas. O estudo, focado no Estadão Blue Studio, conclui que a produção de conteúdo para as marcas atende à necessidade de sustentabilidade do negócio, mas adverte que tal prática pode comprometer o capital simbólico da credibilidade jornalística.



Em Plataformização do jornalismo e os modelos de negócios dos podcasts de notícias no Brasil, os autores partem de estudo de caso de podcasts de notícias para identificar distinções no processo produtivo entre jornais tradicionais e nativos digitais. Para tanto, entrevistaram sete jornalistas dos seguintes veículos: 123 Segundos (BandNews), CBN Primeiras Notícias (CBN), Café da Manhã (Folha de S. Paulo), Estadão Notícias (Estadão), ICL Notícias (ICL Notícias), Pauta Pública (Agência Pública) e, Volta ao Mundo em 180 Segundos (Headline). Taynara Santos e Leonardo de Marchi identificaram que os atuais modelos de negócio de podcast noticioso operam em função da intervenção algorítmica, com audiência pulverizada, o que ameaça tanto a sustentabilidade financeira quanto a autonomia dos veículos massivos. A confirmação da inadiável remodelação nos processos produtivos aparece por meio das entrevistas, que alertam sobre a dependência tecnológica e o risco da fragilidade da relação jornalismo e democracia.

A desordem informacional, uma das mazelas trazidas pela era da plataformação, é o foco do artigo A mimetização do jornalismo na circulação da desinformação a partir de uma capa fake plataformação. Camila Hartman, Luciana Menezes Carvalho e Alice Bianchini Pavanello analisam as implicações da circulação de uma imagem satírica criada pelo designer Patrick Mulder, a partir da mimetização de uma capa da revista Time de fevereiro de 2022. A montagem de Mulder, que associa o rosto de Vladimir Putin ao bigode de Hitler, circulou nas redes sociais no contexto da invasão russa à Ucrânia. A partir da observação da circulação midiaticizada, que considera os fluxos comunicacionais em seus atravessamentos entre produção, recepção e reconhecimento, o estudo conclui que, embora a capa não tenha sido criada com o propósito de desinformar, as lógicas da plataformação inseriram-na no contexto da desordem informacional. Devido à utilização de estratégias jornalísticas que lhe conferiram credibilidade, a capa fake circulou como se fosse autêntica.

A estreita dependência do jornalismo das plataformas digitais inspira a reflexão de Suzana Barbosa e Alexandro Mota no artigo Proposta de uma agenda de pesquisa para a cobertura das Big Tech a partir das bases do jornalismo investigativo. Os autores defendem que a Platform Beat – a cobertura jornalística de plataformas – tem potencial para ampliar a área de atuação do jornalismo investigativo para além do setor público, corrupção e crime. A partir de estudo bibliográfico e documental que mapeou a produção do Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo da Associação



Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), de 2014 a 2024, para identificar convergências com os recentes estudos de cobertura jornalística da plataformação, o estudo debate a Platform Beat sob o ponto de vista de diversos aspectos, entre eles o da regulação. Os autores defendem que o acompanhamento pela imprensa de regulamentações das atividades das Big Tech, a partir da expertise do jornalismo investigativo, deve abordar não somente os aspectos políticos do processo de regulação, mas também a relação das plataformas com os governos, partidos políticos e contratos firmados com o poder público, além da conexão entre a atuação das plataformas e o enfraquecimento da democracia.

A regulação de plataformas também está em tela no artigo Disputas de narrativas entre meios de comunicação x plataformas digitais: quem tem poder - e credibilidade - quando o assunto é regulação?. A ancorados na Análise da Materialidade Audiovisual, os autores Gustavo Pereira e Gabriel Landim analisam vídeos que tratam do tema “regulação da mídia no Brasil” e “regulação de plataformas digitais no Brasil”. Os resultados sinalizam que há uma mobilização da mídia massiva em tratar o tema da regulação como censura. Por outro lado, notam que, na abordagem sobre a regulação das plataformas digitais, há uma confluência e concordância maior sobre a necessidade de regulação para combater a desinformação, discursos de ódio e outros crimes digitais. Pereira e Landim identificam uma ambiência digital que não tem como preocupação central a credibilidade, mas sim a repercussão dos conteúdos através de engajamento proporcionado pela ação dos algoritmos.

Abrindo a seção livre, Jornalismo declaratório e tipologia das declarações: asserções avaliativas, descritivas e prescritivas, de Rafaela Pollacchini e Marcia Benetti, analisa os danos que o jornalismo declaratório pode provocar ao próprio jornalismo e, conseqüentemente, à sociedade. Para compreender o funcionamento dessa forma de jornalismo caracterizada pela elaboração de notícias baseadas exclusivamente em declarações de fontes, as autoras propõem uma tipologia a partir da análise de 258 títulos ancorados em declarações publicados pela Folha de S. Paulo ao longo de outubro de 2022, mês das últimas eleições presidenciais. Por meio da análise do discurso e do conceito de destacamento, a dupla demonstra as características e o funcionamento de três tipos de declarações destacadas nos títulos jornalísticos (avaliativas, descritivas e prescritivas) e demonstra que, na amostra pesquisada, 60,85% de todas as declarações exibidas foram baseadas em impressões



dos declarantes, sem qualquer tipo de embasamento ou argumentação. “Isso significa que um dos maiores jornais do país está a serviço das fontes, atuando como um difusor de opiniões sem sustentação e que não necessariamente correspondem à realidade. É evidente que, em um cenário em que o jornalismo atua como propagandista de declarações que não se sustentam, a sua função de mediação está seriamente comprometida”, alertam, nas conclusões.

Outro aspecto fundamental para compreendermos o futuro da sociedade digital contemporânea é apresentado no artigo que vem em seguida. Em Educação midiática: o comportamento de estudantes nas redes sociais e a propagação de informações falsas, Ana Carolina Kalume Maranhão e Paulo Henrique Soares de Almeida investigam o comportamento de estudantes do Ensino Médio do Distrito Federal nas redes sociais, com ênfase na disseminação de informações falsas. A pesquisa, conduzida entre novembro de 2023 e março de 2024, utilizou questionários estruturados aplicados a 180 alunos de escolas públicas e particulares e encontrou uma deficiência expressiva na educação midiática desses jovens. Os autores destacam a urgência de estratégias educacionais que promovam abordagens mais críticas e conscientes na análise e compartilhamento de conteúdos digitais. Recomendam, ainda a criação de currículos que abordem a ética digital, a cidadania on-line e a responsabilidade social.

O artigo A leitura social nos clubes de assinatura: a comunidade TAG Livros, de Susana Azevedo Reis e Christina Ferraz Musse, investiga uma face mais benéfica das tecnologias digitais contemporâneas. A dupla estudou as dinâmicas da leitura social no contexto dos novos clubes de assinatura de livros, tendo como objeto de estudo a modalidade TAG Inéditos, pertencente ao clube TAG Livros. As autoras buscaram compreender o papel destes clubes no atual mercado brasileiro, através de pesquisa bibliográfica, levantamentos próprios e pesquisas de mercado nacionais. Também analisaram como a tecnologia está criando um ambiente de leitura social cada vez mais participativo e avaliaram como a TAG Inéditos trabalha a leitura social por meio do aplicativo. A pesquisa mostrou experiências que vão além do universo usual de leitura e oferecem a entrada em um universo narrativo repleto de complementos e informações, que podem ser acessadas em diversos ambientes, como plataformas de documentos e áudios.



No artigo O Caso Paulinho Paiakan e a Representação Midiática dos Povos Originários, de Rafael Sbeghen Hoff e Deborah de Negreiros, os autores analisam a cobertura da revista *Veja* sobre o líder indígena Caiapó Paulinho Paiakan, acusado de estupro nos anos 1990. A partir do viés do impacto do racismo, destacam como a mídia contribui para a estigmatização dos povos indígenas ao associar o suposto crime à sua identidade étnica. Por meio de uma abordagem decolonial, os pesquisadores demonstram de que maneira a imprensa reforçou estereótipos racistas, silenciando vozes indígenas e operou como agente de colonialismo simbólico, utilizando recursos narrativos e visuais que reduziram Paiakan à figura do “selvagem”, ignorando sua trajetória de lutas socioambientais. A pesquisa revela como a mídia brasileira não apenas relatou, mas construiu e direcionou a opinião pública não apenas contra o indivíduo Paiakan, mas contra a figura das lideranças indígenas, sendo parte ativa na manutenção de estruturas de poder e das desigualdades socialmente estabelecidas.

Finalmente, fechando esta edição, temos o texto "Igor Sacramento: pesquisador inquieto, referência na Comunicação", de autoria de Denise Tavares. O texto discute, brevemente, alguns artigos desse pesquisador e docente, que faleceu em 21 de abril deste ano, aos 41 anos de idade. A morte precoce, tão difícil de aceitar por seus amigos, familiares e colegas, interrompeu fértil e qualificada produção, reconhecida prontamente por seus pares. Ao publicar esse texto, que nem de longe dá conta da abrangência das atividades de Igor Sacramento, a Revista *Mídia e Cotidiano* traz para os seus leitores mais do que uma lembrança e justa homenagem: trata-se de um convite para que se dê continuidade e/ou se desdobre as múltiplas abordagens, questões e projetos que integram essa obra tão sintonizada aos desafios da área e da sociedade. Boa leitura!

Referências

AIRES, J.; DOS SANTOS, S. Coronelismo eletrônico não é uma metáfora: categorização da radiodifusão brasileira. **E-Compós**, v. 26, 2022. DOI: 10.30962/ec.2621. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2621>. Acesso em 27 set. 2024.



CARRO, R. Digital News Report 2024. Brazil. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em 27 set 2024.

DOS SANTOS, S. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **E-Compós**, n. 2, v. 7, 2006. DOI: 10.30962/ec.104. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/104>. Acesso em: 27 set. 2024.

MC COMBS, M. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

MOROZOV, E. **Big techs**: A ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu editora, 2018.

NEWMAN, N. Digital News Report 2024. Brazil. **Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2024. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em 27 set 2024.

SAPERAS, E. Novas direções na investigação sobre o agendamento – os processos de agendamento na era digital. In: CAMPONEZ, C; FERREIRA, G.B.; RODRIGUEZ-DIAZ, R. (Orgs.) **Estudos do agendamento**: teoria, desenvolvimentos e desafios - 50 anos depois. Covilhã: LabCom Books, 2020, p.171-208.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

WU, T. **Impérios da comunicação**: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Tradução de Claudio Carina. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ZELIZER, B.; BOCZKOWSKI, P.; ANDERSON, C.W. **The Journalism Manifesto** (The Manifesto Series). Cambridge, UK: Polity, 2021.



Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.