

Jornalistas e plataformas: tensões e adaptações das práticas profissionais no.

Maxo St Victor y Vera Lucia Martiniak.

Cita:

Maxo St Victor y Vera Lucia Martiniak (Agosto, 2025). *Jornalistas e plataformas: tensões e adaptações das práticas profissionais no. XXIII Seminário de Inverno de Estudos em Jornalismo. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/maxo.st.victor/22>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pxZC/wne>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



Jornalistas e plataformas: tensões e adaptações das práticas profissionais no ecossistema digital¹

Maxo St Victor²

Vera Lucia Martiniak³

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo: Este trabalho analisa as adaptações realizadas por jornalistas e as tensões emergentes entre valores editoriais tradicionais e as exigências impostas pelo ecossistema digital. Adota-se uma abordagem qualitativa com base em análise documental das diretrizes editoriais de Nexto Jornal, a Agência Pública e a revista AzMina, além de dados públicos de engajamento em redes sociais. O referencial teórico apoia-se em autores como Van Dijck, Poell e De Waal (2018), Bruns (2018), Couldry e Mejias (2019) e Recuero (2009), que discutem a plataformização do jornalismo e os efeitos das lógicas algorítmicas. Os resultados indicam que a atuação dos jornalistas é cada vez mais condicionada por métricas e pela busca de visibilidade, gerando conflitos entre autonomia editorial e imperativos comerciais impostos pelas plataformas.

Palavras-chave: Algoritmos; Jornalismo digital; Plataformas; Práticas profissionais.

Corpo de texto

O presente trabalho parte da constatação de que as plataformas digitais reconfiguraram profundamente o campo jornalístico, influenciando desde a definição da pauta até a circulação e recepção das notícias (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018). Essa transformação justifica a necessidade de investigar como jornalistas lidam com as pressões oriundas de lógicas algorítmicas, métricas de engajamento e modelos de distribuição mediados por plataformas como Facebook, Instagram e X (antigo Twitter).

O objetivo deste estudo é analisar as adaptações realizadas por jornalistas e as tensões emergentes entre valores editoriais tradicionais e as exigências impostas pelo ecossistema digital. Parte-se da hipótese de que a plataformização do jornalismo tem

¹ Resumo expandido apresentado no 28º Seminário de Inverno, realizado entre 2 e 6 de junho de 2025, na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

² Doutorando em Educação, estudante do Programa de Pós-Graduação em Educação, e-mail: 240302100000@uepg.br

³ Doutora em Educação, professora do Programa de Pós-Graduação em Educação, e-mail: vlmartiniak@uepg.br



provocado uma erosão da autonomia profissional, subordinando critérios editoriais às dinâmicas de visibilidade e viralização (Couldry; Mejias, 2019; Bruns, 2018).

A questão que orienta a investigação é: como os jornalistas adaptam suas práticas profissionais às exigências das plataformas digitais e que tensões emergem nesse processo? O referencial teórico ancora-se nos estudos de Van Dijck, Poell e De Waal (2018), Couldry e Mejias (2019), Bruns (2018) e Recuero (2009), cujas contribuições permitem compreender as interações entre plataformas e jornalismo sob a perspectiva da plataformização e da lógica algorítmica.

Metodologicamente, a pesquisa adota abordagem qualitativa com base em análise documental de diretrizes editoriais de veículos nativos digitais – especificamente o Nexto Jornal, a Agência Pública e a revista AzMina –, cujos princípios editoriais estão disponíveis publicamente em seus respectivos sites institucionais.

Além disso, foram examinados dados públicos de engajamento em plataformas como Facebook, Instagram e X, a fim de observar como essas métricas influenciam as práticas jornalísticas. A análise foi orientada pela identificação de padrões discursivos, estratégias de visibilidade e evidências de tensão entre critérios editoriais e exigências das plataformas.

A análise das relações entre jornalismo e plataformas digitais fundamenta-se no conceito de plataformização, entendido como o processo pelo qual plataformas digitais passam a estruturar, mediar e condicionar práticas sociais, inclusive jornalísticas (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018).

No contexto do jornalismo, esse processo implica a reorganização das rotinas produtivas, das formas de distribuição e da lógica de engajamento com o público. Segundo Bruns (2018), as plataformas impõem novos modelos de curadoria informacional, em que os critérios editoriais tradicionais são tensionados por métricas de popularidade e visibilidade.

Para Couldry e Mejias (2019), a plataformização também opera como forma de apropriação de dados e atenção, integrando o jornalismo a um sistema mais amplo de extração de valor. No Brasil, Recuero (2009) destaca o papel das redes sociais na



transformação das interações comunicativas, apontando como os jornalistas incorporam as dinâmicas de rede em suas estratégias de visibilidade.

Assim, o referencial adotado permite compreender como as plataformas influenciam as práticas jornalísticas, gerando conflitos entre autonomia profissional e lógicas comerciais. A análise documental de diretrizes editoriais de veículos jornalísticos nativos digitais e de dados públicos extraídos de redes sociais evidencia transformações estruturais nas práticas jornalísticas diante da lógica imposta pelas plataformas digitais.

A partir dos materiais examinados, observou-se que os veículos reformulam suas estratégias editoriais com foco no desempenho algorítmico, o que implica mudanças tanto na forma quanto no conteúdo da produção noticiosa.

No aspecto formal, destaca-se a crescente padronização da linguagem jornalística com base em critérios de atratividade e viralização. Os títulos tendem a ser mais curtos, diretos e apelativos, frequentemente com chamadas abertas, perguntas retóricas ou elementos emocionais que incentivam o clique.

As imagens são otimizadas para redes sociais, com uso de cores fortes e tipografia sobreposta, e os vídeos costumam ser legendados automaticamente, considerando o consumo sem som em ambientes móveis. Tais escolhas editoriais não ocorrem por acaso: respondem às exigências de destaque nos feeds e stories das plataformas, cuja lógica de entrega favorece conteúdos de maior interação (Bruns, 2018; Tardivo, 2020).

No plano organizacional, a análise mostra uma reorganização significativa das rotinas produtivas. A definição das pautas e a avaliação do desempenho das equipes são fortemente influenciadas por métricas em tempo real, como impressões, alcance, taxa de cliques e tempo de visualização. Alguns veículos, inclusive, incorporaram painéis internos (dashboards) visíveis nas redações com dados atualizados constantemente, como forma de orientar as decisões editoriais.

Essa integração das métricas ao cotidiano reforça a centralidade das plataformas como mediadoras do valor-notícia (Palacios; Pena, 2019; Silva, 2019). Outro aspecto revelado é o reaproveitamento de conteúdos com base em desempenho anterior. Matérias



que obtêm bons índices de engajamento são reformuladas com variações de título ou imagem e republicadas em diferentes horários ou redes, estratégia conhecida como “recirculação algorítmica”.

Como observamos no site de AzMina, “atingimos milhares de pessoas em todo o Brasil diretamente em nosso site e outros milhões com nossas reportagens sendo republicadas pelas maiores mídias do país” (“AzMina”, [S.d.]). Tal prática evidencia a lógica da visibilidade constante, demonstrando que os conteúdos não são mais julgados apenas por seu valor editorial, mas também por seu potencial de engajamento e de geração de reações nas plataformas digitais (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018).

O Nexo, por exemplo, que cobre uma diversidade de temas, traz um resumo das notícias mais importantes do dia com as informações essenciais sobre os principais assuntos (“Nexo Jornal”, [S.d.]). Apesar da reafirmação de valores tradicionais do jornalismo em documentos institucionais, como compromisso com a apuração rigorosa e o interesse público, observa-se na prática uma tensão crescente entre esses princípios e as demandas das plataformas.

A cobertura de temas considerados “seguros” do ponto de vista do engajamento — como entretenimento, curiosidades, vida de celebridades ou conflitos pontuais — tende a prevalecer em detrimento de assuntos de maior complexidade ou impacto social, mas com menor apelo de clique. Isso revela uma adaptação editorial baseada não em critérios jornalísticos clássicos, mas na lógica do desempenho algorítmico (Anderson; Bell; Shirky, 2012; Chadwick, 2013).

Em alguns veículos analisados, inclusive aqueles com atuação voltada para temas sociais, percebe-se uma reorientação da editoria de redes para o monitoramento contínuo de tendências, memes e assuntos em alta nos mecanismos de busca. Isso tem levado a uma “editorialização reversa”, em que o conteúdo produzido responde menos a agendas próprias e mais a fluxos e dados fornecidos pelas próprias plataformas.

Como destacam Couldry e Mejias (2019), esse processo caracteriza uma integração funcional do jornalismo ao capitalismo de dados, em que a produção informativa passa a operar sob parâmetros externos à própria lógica profissional da área.



Também foram identificadas alterações nos critérios de noticiabilidade. Informações factuais, especialmente em áreas como política, economia e meio ambiente, são frequentemente “traduzidas” em linguagem mais leve ou associadas a elementos emocionais para ampliar o alcance, prática que altera significativamente a forma de abordagem da realidade.

Embora essa adaptação busque ampliar o público e manter a sustentabilidade dos veículos, ela levanta questões sobre os efeitos dessa filtragem algorítmica sobre o direito à informação de qualidade (Recuero, 2009; Chadwick, 2013).

Por fim, um dado relevante diz respeito ao impacto dessas transformações sobre a autonomia dos profissionais. Ainda que os jornalistas continuem desempenhando um papel fundamental na investigação e elaboração de conteúdos, diversos relatos — extraídos de entrevistas divulgadas em reportagens e pesquisas secundárias — indicam que suas escolhas editoriais estão sendo progressivamente influenciadas por demandas de desempenho nas plataformas digitais.

A edição de manchetes, a escolha de fontes e a duração dos textos são frequentemente reavaliadas com base em sua performance digital. A dependência das plataformas cria, assim, um ambiente de trabalho orientado por métricas e, em certa medida, pela lógica da competição por atenção, o que representa uma mudança substancial na cultura profissional do jornalismo.

De tal prática implica o público diretamente no trabalho jornalístico, que pode inclusive apontar os possíveis erros. Assim, observamos no site de Agência Pública: “Os leitores da Pública podem entrar em contato pelo e-mail redacao@apublica.org, para o envio de críticas, sugestões ou apontar erros” (“Agência Pública”, [S.d.]).

Os resultados deste estudo confirmam a hipótese de que a plataformização do jornalismo tem provocado uma reconfiguração significativa das práticas profissionais, com impactos diretos sobre a autonomia editorial, a organização do trabalho e os critérios de noticiabilidade. As plataformas digitais deixaram de ser apenas canais de difusão e passaram a atuar como estruturas condicionantes do fazer jornalístico, impondo métricas, ritmos e formatos que nem sempre se alinham aos valores fundamentais da profissão.



A análise documental demonstrou que veículos nativos digitais adotam estratégias cada vez mais orientadas pelo desempenho algorítmico, incorporando rotinas de monitoramento de engajamento, ajustando linguagem e reaproveitando conteúdos com base em indicadores de visibilidade. Essa adaptação, embora compreensível diante das pressões do ecossistema digital, gera tensões permanentes entre o compromisso com o interesse público e a lógica da performance que rege as plataformas.

Constata-se, assim, que o jornalismo contemporâneo opera em um campo de disputa entre valores editoriais e imperativos mercadológicos mediados por algoritmos. Essa tensão exige dos profissionais e das organizações jornalísticas um esforço constante de negociação, resistência e reavaliação de suas práticas.

Em vez de simplesmente adaptar-se às plataformas, o jornalismo precisa desenvolver estratégias críticas e sustentáveis que lhe permitam manter sua relevância social sem abdicar de sua função pública.

A pesquisa contribui para o entendimento desse cenário ao evidenciar como os condicionamentos tecnológicos e econômicos impostos pelas plataformas moldam as decisões editoriais e os modos de produção jornalística. Estudos futuros podem aprofundar essa discussão, investigando os impactos dessas transformações na formação profissional, na ética jornalística e na relação entre jornalistas e suas audiências.

Referências

- Agência Pública, a maior agência de jornalismo investigativo do Brasil - Agência Pública.** [S.d.]. Disponível em: <https://apublica.org/>. Acesso em: 6 jun. 2025.
- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. **Post-industrial journalism: adapting to the present.** New York: Tow Center for Digital Journalism, 2012.
- AzMina: Jornalismo e tecnologia pela igualdade de gênero.** [S.d.]. Disponível em: <https://azmina.com.br/>. Acesso em: 6 jun. 2025.
- BRUNS, A. **Gatewatching and news curation: journalism, social media, and the public sphere.** New York: Peter Lang, 2018.
- CHADWICK, A. **The hybrid media system: politics and power.** Oxford: Oxford University Press, 2013.
- COULDRY, N.; MEJIAS, U. A. **The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism.** Stanford: Stanford University Press, 2019.
- Nexo Jornal.** [S.d.]. Nexo Jornal. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/>. Acesso em: 6 jun. 2025.



- PALACIOS, M.; PENA, F. Jornalismo em plataformas digitais: reorganização da produção e precarização do trabalho. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 38, p. 55-72, 2019.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SILVA, J. S. Métricas de performance e o jornalismo em redes sociais: os efeitos das lógicas algorítmicas nas rotinas de produção. **Rumores**, São Paulo, v. 13, n. 26, p. 66-85, 2019.
- TARDIVO, G. Lógicas jornalísticas e lógicas de plataforma: convergências e disputas na circulação de notícias no Facebook. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 50-65, 2020.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society: public values in a connective world**. Oxford: Oxford University Press, 2018.