

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FAAC - FACULDADE DE ARTES, ARQUITETURA, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA – DOUTORADO

LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON

VOZES FREELANCERS:

Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro

BAURU/SP

2025

LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON

VOZES FREELANCERS:

Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro

FREELANCING VOICES:

Precariousness and gender in the evolution of Brazilian journalism

VOCES INDEPENDIENTES:

Precariedad y género en la evolución del periodismo brasileño

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Artes, Arquitetura, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Área de Concentração de Ambientes Midiáticos e Tecnológicos, Linha de Pesquisa de Gestão Midiática e Tecnológica, para obtenção do título de Doutora em Mídia e Tecnologia, sob a orientação da Profa. Assoc. Angela Maria Grossi.

BAURU/SP

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

	Simon, Luciana Galhardo Batista
S595v	VOZES FREELANCERS: Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro / Luciana Galhardo Batista Simon. -- Bauru, 2025 207 p.
	Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru Orientadora: Profa. Assoc. Angela Maria Grossi
	1. Jornalistas freelancers. 2. Tecnologias digitais. 3. Feminização do jornalismo. 4. Precarização progressiva da profissão de jornalista. 5. Evolução do jornalismo. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Dados fornecidos pelo autor(a).

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 05 de novembro de 2025, às 14h30min, no(a) Sala de Reuniões do Departamento de Jornalismo e via Google Meet: <https://meet.google.com/qjr-tquz-uwg>, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON, intitulada **VOZES FREELANCERS: Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Associada ANGELA MARIA GROSSI (Orientadora) (Participação Presencial) do Departamento de Jornalismo / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design FAAC/UNESP Bauru-SP, Professora Titular MIRNA TONUS (Participação Virtual) do Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação / Universidade Federal de Uberlândia, Professora Doutora LILIANE DE LUCENA ITO (Participação Presencial) do Departamento de Jornalismo / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design de Bauru-SP. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Documento assinado digitalmente
 gov.br ANGELA MARIA GROSSI
Data: 06/11/2025 10:29:55-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Professora Associada ANGELA MARIA GROSSI

IMPACTO POTENCIAL DA PESQUISA

Com base nos objetivos e nos resultados alcançados, esta pesquisa demonstra relevância social e acadêmica ao investigar a atuação de mulheres jornalistas *freelancers* em um cenário de profundas transformações no trabalho. Ao articular os impactos da flexibilização laboral e da informalidade, com o avanço das tecnologias digitais, o estudo oferece a leitura crítica das condições de campo enfrentadas por essas profissionais. A originalidade da abordagem reside na escuta qualificada de vozes que permanecem, em grande parte, invisibilizadas no debate público e, até mesmo, na produção científica. Os achados da pesquisa contribuem para enriquecer as discussões sobre o jornalismo contemporâneo, especialmente ao revelar os efeitos concretos da plataformização e da lógica empreendedora na rotina das mulheres *freelancers*, em termos de produtividade e nas dimensões subjetivas e relacionais. Além disso, o estudo pode orientar ações no campo das políticas públicas, ao evidenciar a urgência de regulamentações e práticas institucionais comprometidas com a equidade de gênero, no sentido de fomentar mudanças estruturais ao propor a valorização do trabalho jornalístico e o fortalecimento da cultura profissional sustentável. Ademais, o estudo está em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente com o objetivo número cinco, que consiste em “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” (IPEA, 2019, p. 195). Especificamente, as metas 5.1, 5.5 e 5.c, presentes no ODS citado, estão relacionadas a eliminar as formas de discriminação contra todas as mulheres, abordando questões como a desigualdade salarial, a falta de proteção social e as barreiras que dificultam a ascensão de mulheres no mercado de trabalho, incluindo o jornalismo. O objetivo número oito, que consiste em “promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, promove o crescimento econômico sustentável com emprego pleno e produtivo. A precarização no jornalismo, incluindo baixos salários, ausência de contratos formais e longas jornadas, viola esses princípios e pode afetar desproporcionalmente as mulheres, que são maioria. Também o objetivo número dez, que consiste em “reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles” destaca a combinação de discriminação de gênero e condições precárias que reforçam desigualdades estruturais no mercado de trabalho. Por último, o objetivo número 19, que inclui a arte, cultura e comunicação na Agenda 2030 da ONU, focando na promoção da diversidade cultural, democratização do acesso à arte e comunicação inclusiva. Esses ODS estão interligados, e abordá-los de forma conjunta é essencial para enfrentar as causas estruturais do trabalho

precário e promover a valorização das mulheres jornalistas, colaborando efetivamente com a Agenda 2030 da ONU.

POTENTIAL IMPACT OF RESEARCH

Based on its objectives and results, this research demonstrates social and academic relevance by investigating the work of female freelance journalists in a context of profound transformations in the workplace. By linking the advancement of digital technologies with the impacts of flexibilization and informality, the study offers a critical reading of the working conditions faced by these professionals in contexts of instability and overload. The originality of the approach lies in the qualified listening of voices that remain largely invisible in public debate and even in scientific production. The research findings contribute to enriching discussions on contemporary journalism, especially by revealing the concrete effects of platformization and entrepreneurial logic on the daily lives of female freelancers, not only in terms of productivity but also in their subjective and relational dimensions. Furthermore, the study can guide public policy actions by highlighting the urgency of regulations and institutional practices committed to gender equality, fostering structural changes by proposing the valorization of journalistic work and the strengthening of a sustainable professional culture. Furthermore, the study is aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), especially goal number five, which consists of "achieving gender equality and empowering all women and girls" (IPEA, 2019, p. 195). Specifically, targets 5.1, 5.5, and 5.c, present in the aforementioned SDG, are related to eliminating all forms of discrimination against all women, addressing issues such as wage inequality, lack of social protection, and barriers that hinder women's advancement in the labor market, including in journalism. Goal number eight, which consists of "promoting sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment, and decent work for all," promotes sustainable economic growth with full and productive employment. Precariousness in journalism, including low wages, lack of formal contracts, and long working hours, violates these principles and can disproportionately affect women, who are the majority. Goal number ten, which consists of "reducing inequality within and among countries," also highlights the combination of gender discrimination and precarious conditions that reinforce structural inequalities in the labor market. Finally, goal number 19, which includes art, culture and communication in the UN's 2030 Agenda, focuses on promoting cultural diversity, democratizing access to art and inclusive communication. These SDGs are interconnected, and addressing them jointly is essential to address the structural causes of precarious work and promote the appreciation of women journalists, effectively collaborating with the UN 2030 Agenda.

IMPACTO POTENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Basándose en sus objetivos y resultados, esta investigación demuestra relevancia social y académica al indagar en el trabajo de las periodistas freelance en un contexto de profundas transformaciones laborales. Al vincular el avance de las tecnologías digitales con los impactos de la flexibilización y la informalidad, el estudio ofrece una lectura crítica de las condiciones laborales que enfrentan estas profesionales en contextos de inestabilidad y sobrecarga. La originalidad del enfoque reside en la escucha cualificada de voces que permanecen en gran medida invisibles en el debate público e incluso en la producción científica. Los hallazgos de la investigación contribuyen a enriquecer los debates sobre el periodismo contemporáneo, especialmente al revelar los efectos concretos de la plataformización y la lógica empresarial en la vida cotidiana de las freelance, no solo en términos de productividad, sino también en sus dimensiones subjetivas y relacionales. Además, el estudio puede orientar las acciones de política pública al destacar la urgencia de regulaciones y prácticas institucionales comprometidas con la igualdad de género, impulsando cambios estructurales al proponer la valorización del trabajo periodístico y el fortalecimiento de una cultura profesional sostenible. Además, el estudio está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente con el objetivo número cinco, que consiste en «lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas» (IPEA, 2019, p. 195). En concreto, las metas 5.1, 5.5 y 5.c, presentes en dicho ODS, se relacionan con la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres, abordando cuestiones como la desigualdad salarial, la falta de protección social y las barreras que dificultan el avance de las mujeres en el mercado laboral, incluido el periodismo. El objetivo número ocho, que consiste en «promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos», promueve el crecimiento económico sostenible con empleo pleno y productivo. La precariedad en el periodismo, incluyendo bajos salarios, falta de contratos formales y largas jornadas laborales, vulnera estos principios y puede afectar desproporcionadamente a las mujeres, que son la mayoría. El Objetivo número diez, que consiste en "reducir la desigualdad en los países y entre ellos", también destaca la combinación de discriminación de género y condiciones precarias que refuerzan las desigualdades estructurales en el mercado laboral. Finalmente, el objetivo número 19, que incluye el arte, la cultura y la comunicación en la Agenda 2030 de la ONU, se centra en promover la diversidad cultural, democratizar el acceso al arte y la comunicación inclusiva. Estos ODS están interconectados, y abordarlos conjuntamente es esencial para

abordar las causas estructurales del trabajo precario y promover la valoración de las mujeres periodistas, colaborando eficazmente con la Agenda 2030 de la ONU.

LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON

VOZES FREELANCERS:

Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Artes, Arquitetura, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Área de Concentração de Ambientes Midiáticos e Tecnológicos, Linha de Pesquisa de Gestão Midiática e Tecnológica, para obtenção do título de Doutora.

Área de concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos

Linha de Pesquisa: 1- Gestão Midiática e Tecnológica

Data da defesa: 05/11/2025

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Assoc. Angela Maria Grossi - FAAC/ Unesp-Bauru (Orientadora)

Profa. Titular Mirna Tonus - Universidade Federal de Uberlândia

Profa. Dra. Liliane Lucena Ito - FAAC/ Unesp-Bauru

Resultado: Aprovada

Bauru-SP, 2025.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha filha, Maria Cecília, que me ensina todos os dias o valor da docilidade, da leveza e do amor nos pequenos gestos da vida. Ao meu marido e a toda minha família, pelo apoio incondicional, pela paciência, pela escuta atenta e por estarem ao meu lado durante todo o percurso desta pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha filha, Maria Cecília, por entender minha ausência e a necessidade dos meus momentos de estudos, muitas vezes isolada. Fiz o doutorado tendo ela entre dois e seis anos, então necessitando mais da minha presença física. Com ela aprendo que tudo pode ser melhor, pode ser bom, só depende da forma como se vê.

Ao meu marido, Marcello, por todo o apoio nos momentos mais significativos.

Aos meus pais, José e Arlete, que mesmo sem terem vivenciado as etapas da educação formal como eu, compreendem, com a sabedoria de quem é formado pela vida, a importância do conhecimento. Seu apoio incondicional, sua fé silenciosa, seu exemplo de generosidade foram e continuam sendo os pilares da minha trajetória como estudante.

Ao meu irmão, sobrinho e cunhada, José Eduardo, Carlos Eduardo e Lenise pela parceria de vida.

Agradeço a todos os meus familiares e amigos pelo incentivo e pela torcida diários, por me mostrarem que o caminho só faz sentido se compartilhado.

Às pessoas que, mesmo sem perceber, atuam como facilitadoras, Edinês, João Lúcio, Lucilene, Sérgio, Regina e Irmã Vânia.

À Flora, minha cachorra e fiel companheira, por sua presença atenta e seu amor sem palavras que tantas vezes me acolheu nos momentos difíceis.

A todas as pessoas que não tiveram acesso à educação e, por isso, vivenciam seus sonhos serem adiados por um contexto que deveria ser um direito universal de forma realista. Que este trabalho possa ser motivo de esperança e a minha trajetória motivo de exemplo para que não desistam da educação como instrumento de transformação de suas vidas.

Agradeço todas as jornalistas *freelancers* que seguem a profissão com coragem e, na contramão do conforto laboral, traduzem o mundo com independência. Que as inquietações de cada pauta sejam combustível para a verdade e a justiça. Obrigada por nos lembrar que, na força da adaptabilidade, também mora a excelência.

Ao meu primeiro orientador e professor, o Dr. Antônio Francisco Magnoni, “Dino”, pelo aceite em construir comigo essa jornada do doutorado. Não é apenas sobre orientar e ser orientada; é sobre somar, é sobre olhar para a mesma direção com diferentes perspectivas, mas objetivando as mesmas realizações; é sobre querer o bem e o desenvolvimento do outro de maneira gratuita; é sobre educação na sua mais singela explicação. Sou grata por todo o

tempo que investiu em mim, e por acreditar nos meus objetivos, partilhando-os e tomando-os como os seus próprios.

Agradeço à Angela, minha orientadora, por me acolher de forma muito amorosa e extremamente profissional na continuidade do doutorado. Aos poucos fui conhecendo um lado humano bem-humorado dessa pesquisadora que sempre admirei. É muito bom tê-la por perto agora. Agradeço especialmente por tanta sabedoria compartilhada, pela paciência em indicar os caminhos, mesmo sabendo qual é o correto, me dando liberdade para fazer as minhas escolhas e colher os frutos das próprias decisões. Agradeço a paciência e o entendimento da minha rotina de mãe, esposa e profissional, sabendo sempre alinhar os prazos e situações com a delicadeza que cada pessoa merece.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, em especial ao professor Dr. José Luís Bizelli, às professoras Dra. Regina Célia Baptista Belluzo e Dra. Vânia Cristina Pires Nogueira Valente, com os quais tive importantes momentos de partilha acadêmica e de aprendizagem em sala de aula.

Ao grupo de pesquisa da qual participo, Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade (LECOTEC), composto por pesquisadores e amigos que admiro. É um espaço de troca de ideias, acolhimento, pesquisa, organização de eventos e, sobretudo, amizade.

Agradeço às minhas colegas jornalistas, mesmo aquelas com as quais nunca convivi, mas que dedicaram tempo para conversar comigo sobre as inquietações abordadas nesta tese.

Agradeço aos professores da banca de qualificação, Dra. Angela Maria Grossi, Dr. Antônio Francisco Magnoni e Dra. Roseli Aparecida Figaro Paulino, pela generosidade em avaliar o meu trabalho e contribuir com a minha formação; e por terem aberto um horizonte de novas ideias.

Agradeço e expresso minha gratidão às mulheres que compuseram a banca avaliadora da minha tese. Cada uma de vocês, com sua trajetória acadêmica e sensibilidade intelectual, contribuiu de forma singular para o aprimoramento do meu trabalho.

Agradeço aos interlocutores, pessoas muito especiais: Luciane de Fátima Giroto Rosa pelos encontros, amizade e incentivo constante; e Aline Cristina Camargo pelas longas conversas e apoio na organização e direcionamento de ideias.

Agradeço muitíssimo pela oportunidade e confiança recebidas da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design e sua equipe de profissionais técnico-administrativos.

A Deus, agradeço por colocar em minha vida pessoas que iluminam com generosidade, não para brilhar por si mesmas, mas para fazer com que outros também cresçam. Reconheço, com gratidão, essa presença sutil e amorosa em cada gesto, encontro e partilha durante esses quase cinco anos de doutorado.

“A crise editorial corre o risco de levar a uma informação construída nas redações, diante do computador, nos terminais das agências, nas redes sociais, sem nunca sair à rua, sem gastar a sola dos sapatos, sem encontrar pessoas para procurar histórias ou verificar com os próprios olhos determinadas situações. Mas, se não nos abrimos ao encontro, permanecemos espectadores externos, apesar das inovações tecnológicas com a capacidade que têm de nos apresentar uma realidade engrandecida onde nos parece estar imersos. Todo o instrumento só é útil e válido, se nos impele a ir e ver coisas que de contrário não chegaríamos a saber, se coloca em rede conhecimentos que do contrário não circulariam, se consente encontro que de contrário não teriam lugar.”

(Papa Francisco, 2021)

SIMON, Luciana Galhardo Batista. **Vozes freelancers: Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro.** Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Artes, Arquitetura, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, sob orientação da Profa. Assoc. Angela Maria Grossi.

RESUMO

A história do jornalismo é marcada por uma constante evolução influenciada, sobretudo, por mudanças sociais, econômicas, tecnológicas e políticas, resultando na dinamicidade que têm moldado a maneira como as notícias são produzidas, disseminadas e consumidas. Uma das transformações mais notáveis é a crescente presença de mulheres jornalistas, o que levanta questões sobre a feminização do campo e suas implicações; seguida pelo aumento das demandas que envolvem diferentes tecnologias digitais e que abarcam a precarização laboral no jornalismo, especialmente entre jornalistas *freelancers*. Este estudo busca investigar as influências para a evolução da profissão sob a perspectiva das mulheres jornalistas autônomas e contribuir para uma compreensão mais abrangente das interseções entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais no contexto específico do jornalismo *freelance* no Brasil. Diante desse contexto, tem-se o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a feminização do jornalismo, associada à precarização laboral e às exigências das tecnologias digitais, impactam a atuação das jornalistas *freelancers* no Brasil? Parte-se das hipóteses de que a feminização do jornalismo está associada a formas específicas de precarização laboral, especialmente em regimes de trabalho *freelance*, resultando em desigualdade salarial, instabilidade profissional e barreiras à ascensão na carreira; a concentração crescente de vínculos empregatícios flexíveis, como o *freelance*, contribui para intensificar a precarização laboral das jornalistas mulheres; e as exigências crescentes por domínio de tecnologias digitais impõem pressões adaptativas às jornalistas *freelancers*, reconfigurando as práticas profissionais e os ambientes de trabalho. Isso posto, essa tese defende que a feminização do jornalismo, combinada à intensificação dos regimes de trabalho flexíveis (como o *freelance*) e às pressões adaptativas das tecnologias digitais, gera formas específicas de precarização laboral que afetam sobretudo as mulheres jornalistas no Brasil. Essa precarização se manifesta de diferentes formas e, sobretudo, através da desigualdade salarial, instabilidade profissional, necessidade de atualização constante e barreiras à ascensão na carreira, configurando a estética de um cenário de vulnerabilidade. Diante desse contexto, a pesquisa tem o objetivo geral de investigar a interação entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais no contexto do jornalismo *freelance* no Brasil. A finalidade é compreender como esses fatores influenciam a prática jornalística, a evolução da profissão e as condições de trabalho das mulheres jornalistas autônomas. Já os objetivos específicos buscam compreender a evolução da feminização do jornalismo brasileiro e como isso influencia, genericamente, o perfil atual da profissão e contribui para reconfigurar o exercício profissional nos veículos brasileiros; aprofundar a compreensão sobre a precarização laboral no campo jornalístico, identificando e analisando os novos modelos de vínculo empregatício, com ênfase nas profissionais *freelancers* e suas condições laborais, como remuneração, benefícios, segurança no emprego e oportunidades de crescimento; entender como as jornalistas *freelancers* enfrentam a pressão adaptativa para se adequar às exigências tecnológicas digitais; e explorar as inter-relações entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais; e como as tecnologias digitais influenciam as condições de trabalho, especialmente para profissionais *freelancers*. No âmbito do jornalismo *freelance*, em que as jornalistas muitas vezes enfrentam condições incertas, entender como esses fatores se entrelaçam é crucial para informar políticas públicas, práticas

profissionais e iniciativas que promovam uma indústria jornalística mais inclusiva, equitativa e sustentável. Neste sentido, a Lei 14.611/2023, que prevê medidas para garantia da igualdade salarial, como o estabelecimento de mecanismos de transparência salarial, destaca-se como um contexto normativo relevante que ressalta a importância de se abordar questões de equidade de gênero no mercado de trabalho, incluindo o jornalismo, e reforça a necessidade de investigação e intervenção nessa área. A fim de cumprir as finalidades mencionadas, quanto aos procedimentos utilizados, optou-se por iniciar pela pesquisa bibliográfica de caráter exploratório interdisciplinar pertinentes aos conceitos envolvidos. Na sequência, foi realizada uma pesquisa de campo para atender aos objetivos de aprofundar a compreensão sobre as condições laborais das jornalistas *freelancers*, como remuneração, benefícios, segurança no emprego e oportunidades de crescimento. Também, entender sobre as pressões adaptativas quanto às adequações às tecnologias digitais. Assim como, para validar através de exemplos o que o trabalho defende e argumenta, assim como para explorar as inter-relações entre feminização, tecnologias digitais e precarização laboral. Os resultados apontam para a emergência de uma profissão em transição, marcada por questões históricas, estruturantes e estruturais, que possuem contornos atrelados com as dinâmicas da contemporaneidade. Emergência que surge não apenas pela precarização das relações de trabalho, mas também da reinvenção do fazer jornalístico ancorado no empreendedorismo, agravado por questões de gênero e pelas tecnologias emergentes.

Palavras-chave: Jornalistas *freelancers*. Tecnologias digitais. Feminização do jornalismo. Precarização progressiva da profissão de jornalista. Evolução do jornalismo.

SIMON, L.G.B. Freelance voices: Precariousness and gender in the evolution of Brazilian journalism. Doctoral Thesis presented to the Postgraduate Program in Media and Technology, of the Faculty of Arts, Architecture, Communication and Design of the Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, under the guidance of Prof. Assoc. Angela Maria Grossi.

ABSTRACT

The history of journalism is marked by constant evolution, influenced primarily by social, economic, technological, and political changes, resulting in the dynamism that has shaped the way news is produced, disseminated, and consumed. One of the most notable transformations is the growing presence of women journalists, which raises questions about the feminization of the field and its implications. This is followed by the increase in demands involving various digital technologies and encompassing job insecurity in journalism, especially among freelance journalists. This study seeks to investigate the influences on the evolution of the profession from the perspective of freelance women journalists and contribute to a more comprehensive understanding of the intersections between feminization, job insecurity, and digital technologies in the specific context of freelance journalism in Brazil. Given this context, the following research question arises: how does the feminization of journalism, coupled with job insecurity and the demands of digital technologies, impact the work of freelance journalists in Brazil? The hypothesis is that the feminization of journalism is associated with specific forms of job insecurity, especially in freelance work regimes, resulting in wage inequality, professional instability, and barriers to career advancement; the growing concentration of flexible employment relationships, such as freelancing, contributes to intensifying job insecurity for female journalists; and the growing demands for mastery of digital technologies impose adaptive pressures on freelance journalists, reshaping professional practices and work environments. That said, this thesis argues that the feminization of journalism, combined with the intensification of flexible work arrangements (such as freelancing) and the adaptive pressures of digital technologies, generates specific forms of job insecurity that particularly affect women journalists in Brazil. This precariousness manifests itself in various ways, most notably through wage inequality, professional instability, the need for constant updating, and barriers to career advancement, shaping the aesthetics of a vulnerable environment. Given this context, the research's general objective is to investigate the interaction between feminization, job insecurity, and digital technologies in the context of freelance journalism in Brazil. The goal is to understand how these factors influence journalistic practice, the evolution of the profession, and the working conditions of freelance women journalists. The specific objectives seek to understand the evolution of the feminization of Brazilian journalism and how this generally influences the current profile of the profession and contributes to reshaping professional practice in Brazilian media outlets; to deepen the understanding of job insecurity in the journalistic field, identifying and analyzing new employment models, with an emphasis on freelance professionals and their working conditions, such as pay, benefits, job security, and opportunities for growth; to understand how freelance journalists face the adaptive pressure to adapt to digital technological demands; and to explore the interrelationships between feminization, job insecurity, and digital technologies; and how digital technologies influence working conditions, especially for freelance professionals. In freelance journalism, where journalists often face uncertain conditions, understanding how these factors intertwine is crucial to informing public policies, professional practices, and initiatives that promote a more inclusive, equitable, and sustainable journalism industry. In this sense, Law 14.611/2023, which provides measures to

guarantee equal pay, such as the establishment of pay transparency mechanisms, stands out as a relevant regulatory framework that highlights the importance of addressing gender equity issues in the labor market, including journalism, and reinforces the need for research and intervention in this area. To achieve the aforementioned objectives, regarding the procedures used, we decided to begin with an interdisciplinary exploratory bibliographical research relevant to the concepts involved. Subsequently, field research was conducted to deepen the understanding of the working conditions of freelance journalists, such as pay, benefits, job security, and growth opportunities. We also sought to understand the adaptive pressures surrounding adaptation to digital technologies. Finally, we aimed to validate, through examples, what the work advocates and argues, as well as to explore the interrelationships between feminization, digital technologies, and job insecurity. The results point to the emergence of a profession in transition, marked by historical, structuring, and structural issues, whose contours are tied to contemporary dynamics. This emergence arises not only from the precariousness of labor relations, but also from the reinvention of journalistic practice anchored in entrepreneurship, exacerbated by gender issues and emerging technologies.

Keywords: Freelance journalists. Digital technologies. Feminization of Journalism. Progressive precariousness of the journalism profession.

SIMON, Luciana Galhardo Batista. **Voces freelance: Precariedad y género en la evolución del periodismo brasileño.** Tesis doctoral presentada en el Programa de Posgrado en Medios y Tecnología de la Facultad de Artes, Arquitectura, Comunicación y Diseño de la Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, bajo la supervisión de la Prof. Assoc. Angela Maria Grossi.

ABSTRACTO

La historia del periodismo está marcada por una constante evolución, influenciada principalmente por cambios sociales, económicos, tecnológicos y políticos, lo que ha dado lugar al dinamismo que ha moldeado la forma en que se producen, difunden y consumen las noticias. Una de las transformaciones más notables es la creciente presencia de mujeres periodistas, lo que plantea interrogantes sobre la feminización del campo y sus implicaciones. A esto le sigue el aumento de las demandas que involucran diversas tecnologías digitales y que abarcan la precariedad laboral en el periodismo, especialmente entre los periodistas freelance. Este estudio busca investigar las influencias en la evolución de la profesión desde la perspectiva de las mujeres periodistas freelance y contribuir a una comprensión más integral de las intersecciones entre la feminización, la precariedad laboral y las tecnologías digitales en el contexto específico del periodismo freelance en Brasil. En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo impacta la feminización del periodismo, sumada a la precariedad laboral y las demandas de las tecnologías digitales, el trabajo de los periodistas freelance en Brasil? La hipótesis es que la feminización del periodismo está asociada con formas específicas de precariedad laboral, especialmente en regímenes de trabajo freelance, lo que resulta en desigualdad salarial, inestabilidad profesional y barreras para el avance profesional; la creciente concentración de relaciones laborales flexibles, como el trabajo freelance, contribuye a intensificar la precariedad laboral de las mujeres periodistas; y las crecientes demandas de dominio de las tecnologías digitales imponen presiones adaptativas sobre las periodistas freelance, transformando las prácticas profesionales y los entornos laborales. Por lo tanto, esta tesis argumenta que la feminización del periodismo, combinada con la intensificación de regímenes de trabajo flexibles (como el trabajo freelance) y las presiones adaptativas de las tecnologías digitales, genera formas específicas de precariedad laboral que afectan particularmente a las mujeres periodistas en Brasil. Esta precariedad se manifiesta de diversas maneras, especialmente a través de la desigualdad salarial, la inestabilidad profesional, la necesidad de actualización constante y las barreras para el desarrollo profesional, lo que crea un escenario de vulnerabilidad. En este contexto, el objetivo general de la investigación es investigar la interacción entre la feminización, la precariedad laboral y las tecnologías digitales en el contexto del periodismo freelance en Brasil. El objetivo es comprender cómo estos factores influyen en la práctica periodística, la evolución de la profesión y las condiciones laborales de las periodistas freelance. Los objetivos específicos buscan comprender la feminización en evolución del periodismo brasileño y cómo esto influye en el perfil actual de la profesión y contribuye a remodelar la práctica profesional en los medios de comunicación brasileños; profundizar en la comprensión de la inseguridad laboral en el campo del periodismo, identificando y analizando nuevos modelos de empleo, con énfasis en los profesionales independientes y sus condiciones laborales, como salario, beneficios, seguridad laboral y oportunidades de crecimiento; comprender cómo los periodistas independientes enfrentan la presión adaptativa para adaptarse a las demandas tecnológicas digitales; y explorar las interrelaciones entre la feminización, la inseguridad laboral y las tecnologías digitales; y cómo las tecnologías digitales influyen en las condiciones laborales, especialmente para los profesionales

independientes. En el contexto del periodismo independiente, donde los periodistas a menudo enfrentan condiciones inciertas, comprender cómo se cruzan estos factores es crucial para informar las políticas públicas, las prácticas profesionales y las iniciativas que promueven una industria periodística más inclusiva, equitativa y sostenible. En este sentido, la Ley 14.611/2023, que prevé medidas para garantizar la igualdad salarial, como el establecimiento de mecanismos de transparencia salarial, se destaca como un contexto normativo relevante que destaca la importancia de abordar cuestiones de equidad de género en el mercado de trabajo, incluido el periodismo, y refuerza la necesidad de investigación e intervención en esta área. Para lograr los objetivos mencionados, en cuanto a los procedimientos empleados, decidimos comenzar con una investigación bibliográfica exploratoria interdisciplinaria relevante para los conceptos involucrados. Posteriormente, se realizó una investigación de campo para profundizar en la comprensión de las condiciones laborales de los periodistas freelance, como la remuneración, los beneficios, la estabilidad laboral y las oportunidades de crecimiento. También buscamos comprender las presiones adaptativas en torno a la adaptación a las tecnologías digitales. Finalmente, buscamos validar, mediante ejemplos, lo que el trabajo defiende y argumenta, así como explorar las interrelaciones entre la feminización, las tecnologías digitales y la inseguridad laboral. Los resultados apuntan al surgimiento de una profesión en transición, marcada por cuestiones históricas, estructurantes y estructurales, cuyos contornos están ligados a las dinámicas contemporáneas. Esta emergencia surge no solo de la precariedad de las relaciones laborales, sino también de la reinención de la práctica periodística anclada en el emprendimiento, exacerbada por cuestiones de género y las tecnologías emergentes.

Palabras clave: Periodistas freelance. Tecnologías digitales. Feminización del periodismo. Precarización progresiva de la profesión periodística. Evolución del periodismo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comparando salários de jornalistas por gênero.....	119
Figura 2 - Diferença salarial entre jornalistas brancos, pardos e pretos.....	120
Figura 3 - Situação das Mulheres na Mídia.....	121
Figura 4- Conceito de "múltiplos empregos".....	122
Figura 5 - O peso invisível.....	123
Figura 6 - Conceitos x autores.....	128
Figura 7 - Equilíbrio pela humanidade: igualdade, inclusão e representatividade.....	128
Figura 8 - Perfis das entrevistadas.....	141

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais modalidade de trabalho sob demanda.....	27
Quadro 2 - Entre robôs e repórteres.....	46
Quadro 3 - Do chumbo ao pixel.....	53
Quadro 4 - Bits que dominam o mundo.....	59
Quadro 5 - Redes de poder.....	66
Quadro 6 – Plataformas que nos cercam.....	84
Quadro 7 – Mídia que move o mundo.....	90
Quadro 8 – IA: promessas e dilemas do futuro.....	95
Quadro 9 – A lógica da quantidade sobre a qualidade.....	105
Quadro 10 – Além das fábricas de notícia.....	114
Quadro 11 - Gênero, raça, etnia, classe e poder, com foco na mulher jornalista freelancer...	127
Quadro 12 – Notícia com voz de mulher.....	130
Quadro 13 – Jornalistas S/A.....	138
Quadro 14 - Perfil do trabalho e da renda.....	153
Quadro 15 – Trabalho freelance: Liberdade ou precarização.....	158
Quadro 16 - Condições de trabalho e tecnologias.....	159
Quadro 17 – Condições de trabalho e a influência das tecnologias.....	167
Quadro 18 - Vivência.....	168
Quadro 19 – Feminização do jornalismo e desigualdade estrutural.....	173
Quadro 20 – Hipótese x confirmação.....	175
Quadro 21 – Objetivos x tratamento.....	176

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de conteúdo
APP	Aplicativo
ABI	Associação Brasileira de Imprensa
SBPJor	Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
CCE	Centro de Comunicação e Expressão
CFH	Centro de Filosofia e Ciências Humanas
CEO	Chief Executive Officer, cargo equivalente a Diretor Executivo
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
CLT	Consolidação de Leis do Trabalho
CRM	Customer Relationship Management, traduzido para Gestão de Relacionamento com o Cliente
DNA	Ácido desoxirribonucleico
FIJ	Federação Internacional de Jornalistas na América Latina e no Caribe
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FGTS	Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
FNPJ	Fórum Nacional de Professores de Jornalismo
IBM	International Business Machines Corporation
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IA	Inteligência artificial
LASTRO	Laboratório de Sociologia do Trabalho
LECOTEC	Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade
MIT	Instituto de Tecnologia de Massachusetts
MEI	Microempreendedor Individual
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos
PJ	Pessoas jurídica
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PPGJOR	Programa de Pós-Graduação em Jornalismo
PPGSP	Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Ciência Política
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEO	Search Engine Optimization, traduzido para Otimização para Mecanismos de Busca
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TV	Televisão
UTU	Union to Union
IFSC	Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	22
2 TECNOLOGIA: O DNA DA SOCIEDADE	36
2.1 Entre robôs e repórteres	37
2.2 Do chumbo ao pixel	46
2.3 Bits que dominam o mundo	53
2.4 Redes de poder	60
3 O NOVO SOCIAL: PLATAFORMAS, MÍDIAS E IA	68
3.1 Plataformas que nos cercam	69
3.2 Mídia que move o mundo	84
3.3 IA: promessas e dilemas do futuro	91
4. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO JORNALISMO BRASILEIRO	97
4.1 A lógica da quantidade sobre a qualidade	101
4.2 Além das fábricas de notícia	105
5 ENTRE AVANÇOS E REFLEXÕES: FEMINIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO BRASILEIRO	116
5.1 Notícia com voz de mulher	125
5.2 Jornalistas S/A: o mercado e a era do empreendedor de si mesmo	131
6 GÊNERO, PRECARIZAÇÃO E EMPREENDEDORISMO: PONTOS E CONTRAPONTOS	139
6.1 Trabalho freelance: Liberdade ou precarização?	143
6.2 Condições de trabalho e a influência das tecnologias	159
6.3 Feminização do jornalismo e desigualdade estrutural	168
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	175
REFERÊNCIAS	182
APÊNDICE A – MODELO DO QUESTIONÁRIO ELETRÔNICO	194
APÊNDICE B – TCLE UTILIZADO	199
ANEXO A – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA	203

INTRODUÇÃO¹

“Não existe imparcialidade. Todos são orientados por uma base ideológica. A questão é: sua base ideológica é inclusiva ou excludente?”
(Paulo Freire, Pedagogia do Oprimido, 1987).

Este estudo investiga como a intensificação de regimes de trabalho flexíveis, especialmente o modelo *freelance* e suas outras denominações com o mesmo sentido, tem contribuído para formas específicas de precarização laboral entre jornalistas mulheres no Brasil. A pesquisa parte da compreensão de que a feminização da profissão está associada a desigualdades estruturais que se manifestam em instabilidade profissional e barreiras à ascensão. Nesse contexto, as tecnologias digitais não são o foco central, mas operam como vetores adicionais de pressão, exigindo constante adaptação e reconfigurando as rotinas e os ambientes de trabalho. Ao analisar essas interseções entre feminização, precarização laboral pelos vínculos flexíveis e transformações tecnológicas, o estudo busca oferecer uma contribuição crítica e atualizada sobre o jornalismo contemporâneo e suas condições de exercício profissional, especialmente para mulheres em situação de autonomia.

O jornalismo contemporâneo é um “pilar” profissional e tecnológico feito para viabilizar a apuração, a produção/edição e a difusão noticiosa em diversos veículos de comunicação e plataformas midiáticas, utilizando linguagens escrita, sonora, audiovisual e, a partir da convergência de tecnologias e linguagens, cada vez mais transmidiáticas. Fundamental nas sociedades contemporâneas, é responsável por informar, investigar e analisar os acontecimentos que moldam o mundo. Desempenha papel crucial na garantia da abrangência noticiosa e da transparência informativa, dois elementos essenciais para promover o debate público saudável, que assegura a solidez democrática na medida em que fornece aos cidadãos o conhecimento e perspectivas para que tomem decisões informadas. Ao desafiar o *status quo*, o jornalismo cotidiano expõe injustiças, amplifica vozes, desempenhando papel de destaque na luta por igualdade e justiça social. Em uma era de predomínio de informação e também desinformação em tempo real, proliferadas também

¹O estudo proposto por esta tese foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do UNISAGRADO, no dia 27 de junho de 2024, sob CAAE 79647024.7.0000.5502 e número de parecer 6.915.423 (ANEXO A).

pelas redes sociais *online*², a prática profissional ética e responsável do jornalismo se torna ainda mais importante como filtro da verdade e contextualização da realidade.

Nas distintas atividades do jornalismo profissional, o gradual processo de digitalização e convergência tecnológica permitiu agregar, numa mesma plataforma digital de produção, emissão e recepção, os vários meios, linguagens e ferramentas analógicas de comunicação. Durante a evolução midiática da internet, os conteúdos e as linguagens midiáticas puderam ser acessados pelo público em computadores domésticos ou com a utilização de equipamentos receptores, e também emissores, portáteis e de uso individual como são os atuais *smartphones*, os *notebooks* e os *tablets*. Ou seja, a partir do desenvolvimento e popularização dos dispositivos atuais de comunicação, houve um crescimento notável do acesso individual e móvel das informações midiáticas de qualquer natureza.

Várias categorias de pesquisadores científicos, como os abordados neste trabalho, estão atentas aos perfis dos produtores e consumidores midiáticos, e às transformações que ocorrem com os seus hábitos de produção, compartilhamento e consumo de informações. Hoje, os consumidores de conteúdos midiáticos não são mais constituídos por aqueles sujeitos passivos e “invisíveis” de antes do desenvolvimento e da popularização da internet. Os usuários das redes de computadores atuam, cada vez mais, de forma ativa e coletiva nos processos de comunicação produzidos e difundidos pelos veículos tradicionais ou pelas novas redes sociais digitais.

Aliás, também é preciso observar que a maioria dos produtos jornalísticos difundidos pelos atuais meios digitais passou a ser apresentada em formatos multimidiáticos ou até transmidiáticos. Uma consequência desse fenômeno é a exigência de uma multiplicação de esforços e de tempo dos profissionais para dominar as ferramentas, para que possam explorar seus recursos e as linguagens propícias para a produção de gêneros e formatos para canais e dispositivos de comunicação digital diferentes. Dessa forma, cada jornalista precisa dominar plenamente o contínuo trabalho que vai além de pauta, apuração, construção, edição e difusão das notícias em diferentes linguagens e plataformas de recepção.

Com a mobilidade, como ferramenta definitiva do trabalho jornalístico, especialmente do *freelance* com o *smartphone*, tem-se a síntese final da convergência: *smartphone* é máquina de escrever, é computador, é câmera fotográfica, é gravador de áudio e gravador

² Recuero (2017) utiliza o termo redes sociais *online*, a partir da Análise de Redes Sociais (ARS), para distinguir das redes sociais convencionais, reconhecendo-as justamente como agrupamentos complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais de comunicação. Esse é o entendimento de redes sociais *on-line* para esta pesquisa, mesmo quando em outros momentos utiliza-se o termo redes sociais, redes sociais digitais ou novas mídias.

audiovisual, editor e disseminador de toda a produção, é ao vivo e simultâneo. Neste sentido, as técnicas e tecnologias acumulativas na comunicação não foram superadas, mas continuam atuais.

O contexto atual das configurações tecnológicas e mercadológicas do jornalismo comercial exige de profissionais do jornalismo o complexo domínio profissional para poderem programar, codificar e divulgar conteúdos e linguagens, bem como a capacidade para amplificar e aperfeiçoar os seus mecanismos e recursos de busca de dados informativos em instituições e fontes públicas e privadas. Além desse aprimoramento da capacidade de pesquisa e de produção informativa, os profissionais têm que manter a velocidade de produção e de atualização de informações. Sem contar que a interatividade exige que os jornalistas interajam continuamente com os seus públicos e respondam os questionamentos de fontes, de instituições e também, de uma audiência cada vez habituada a interagir em tempo real.

Essa realidade obriga os jornalistas a conhecer de maneira abrangente e atualizada as teorias jornalísticas contemporâneas, que se ramificam pelas diversas interfaces interdisciplinares dos muitos temas e interesses transversais das Ciências Sociais Aplicadas, área de conhecimento conceitual e instrumental ao qual o jornalismo pertence. Além disso, os profissionais da comunicação convivem continuamente com as Ciências Humanas e suas áreas de pesquisa e formação, com os seus respectivos temários e abordagens teóricas. Agora também, os conhecimentos e as práticas jornalísticas convivem e se aproximam, cada vez mais, das Ciências Exatas e de suas tecnologias. Nesse cenário, os jornalistas dialogam sempre com a vanguarda dos conhecimentos e das tecnologias atuais. Para tanto precisam dominar extenso repertório de aparatos e linguagens tecnológicas; saber o manejo adequado de cada dispositivo; os respectivos programas informáticos utilizados para a realização de todas as etapas de produção, edição e distribuição das informações obtidas nas coberturas informativas, hoje reunidas pela plataformização abrangente dos veículos e das linguagens jornalísticas. Portanto, a ideia de jornalismo que defende a liberdade de imprensa está se tornando ainda mais complexa, tanto nos veículos quanto nas instituições de ensino superior. A área jornalística se encontra, então, vinculada a conhecimentos e exigências profissionais das ciências da computação, principalmente por conta dos usos contínuos das plataformas e ferramentas necessárias para o desenvolvimento do jornalismo contemporâneo.

Quem produz informações também tem que aprender a lidar com a valorização da imagem de seus produtos informativos, saber produzir títulos com apelos alarmistas das informações, investir em constante personalização e, ainda, utilizar *bots*, algoritmos e redes

sociais digitais, com suas métricas e padrões, além a inteligência artificial e da inteligência artificial generativa. Para dar conta de tantas exigências, cada profissional tem que aprender e praticar técnicas de envolvimento do público, seja *offline* seja *online*.

A comunicação faz parte dos processos de produção. Ela é objeto de trabalho nas empresas de comunicação: jornais, revistas, impressos, online, televisão analógica, digital, por internet, conteúdos mais do que plataformas. Ou será o inverso: plataformas mais do que conteúdos? O embate do momento é exatamente este. Conteúdos e plataformas exigem, desafiam profissionalmente e economicamente o setor da comunicação, cada vez mais oligopolizado e poderoso. Ao mesmo tempo, a mobilidade das novas plataformas permite que mais pessoas sejam produtoras de conteúdos. A questão e o desafio é que conteúdo, para quê? Como os jornalistas se veem nesses embates? Quem são eles e como eles trabalham nessa área tão competitiva e em transformação? (Grohmann, 2012, p.194-195).

Nesse sentido, é possível afirmar que os jornalistas dos tempos atuais desempenham também atividades de editores de audiência, tarefas que realizam com ferramentas pré-definidas e provenientes dos aparatos das próprias plataformas sociais. E o desafio é ainda maior para os trabalhadores *freelancers* do jornalismo, cuja maioria sustenta por conta e risco, toda a logística necessária para realizar a cobertura e a produção de matérias e reportagens encomendadas pelos veículos noticiosos comerciais. Na maioria das vezes, os jornalistas atuais são convencidos pelo discurso capitalista em prol da eficiência e da redução de custos, e não percebem que estão ampliando, com a abrangente precarização da profissão, os lucros das empresas jornalísticas e publicitárias. Com o predomínio das coberturas por profissionais do jornalismo *freelance*, os empregadores reduziram significativamente os seus custos com a manutenção de imóveis, com a instalação de infraestruturas profissionais necessárias para assegurar o funcionamento de redações. O patronato midiático deixou de cumprir, inclusive, as exigências legais demarcadas na jornada de trabalho dos profissionais da informação contratados pela CLT.

A jornada de trabalho, que segue regulamentada pela legislação laboral vigente no Brasil, é um legado parcial da luta sindical e das reivindicações pioneiras da classe trabalhadora urbana e industrial, um movimento social inicialmente europeu, cuja mobilização e organização se intensificou desde o século XVIII, inicialmente nos países industrializados, até se tornar no século passado, um parâmetro mundial para a regulamentação dos direitos dos trabalhadores urbanos e rurais. A delimitação da jornada diária e semanal de trabalho significou uma das primeiras conquistas trabalhistas obtidas pelas categorias operárias, após intensas, e até violentas, lutas sociais motivadas pela busca de direitos políticos e sindicais.

O trabalho remoto realizado de forma *online* conseguiu ultrapassar, inclusive, as

demarcações territoriais dos países e as empresas passaram a burlar sistematicamente as legislações trabalhistas nacionais. As novas tecnologias de informação e comunicação possibilitaram aos empregadores contratarem ao redor mundo e sem uma regulamentação padronizada, muitos tipos de profissionais para realizarem, à distância, uma infinidade de atividades produtivas, tanto materiais, quanto simbólicas. As tecnologias *online* estabeleceram uma flexibilidade produtiva que permite, por exemplo, buscar profissionais em países com leis trabalhistas mais brandas, ou sem nenhuma legislação e proteção laboral.

O artifício legal livra os empregadores midiáticos dos encargos sociais, enquanto precariza cada vez mais as condições de trabalho de uma categoria que realiza atividades simbólicas e vende a sua força de trabalho intelectual de forma cada vez mais mal remunerada, da mesma forma que ocorreu com os trabalhadores braçais desde o início do industrialismo ocidental. A partir da reforma trabalhista em vigor desde novembro de 2017 (Lei 13467/2017), o cenário laboral brasileiro aumentou a sua deterioração e tende a continuar piorando se não houver uma mobilização social significativa que consiga assegurar uma revisão positiva da legislação em vigor. Hoje predomina a precarização das condições produtivas decorrente da implementação do trabalho remoto regulamentado (*home office*), trabalho em regime intermitente, juntamente com outras formas de precarização das relações trabalhistas, em um conjunto de medidas desregulamentadoras (Krein; Abílio; Borsari, 2017) que podem atingir de maneira negativa cada vez mais os profissionais do jornalismo e de outras funções produtivas e categorias laborais dos meios de comunicação nacionais.

No jornalismo brasileiro, as mudanças nos processos produtivos noticiosos se aceleraram desde o início da penúltima década do século passado, quando começou a introdução dos computadores nas redações dos veículos metropolitanos. A digitalização jornalística se acelerou rapidamente na década seguinte, com o surgimento da Internet comercial e o início da comunicação e do trabalho de produção e divulgação noticiosa online. A partir do início dos anos 2.000 houve a aceleração da redução dos quadros profissionais dos veículos devido à extinção de muitas funções analógicas e dos aumentos frequentes na flexibilização laboral. A diminuição das infraestruturas das empresas midiáticas desencadeou um aumento da precarização do trabalho jornalístico com as contratações *part time* e *freelance*, assim como PJs e outras denominações com a finalidade de acelerar a flexibilização da produção informativa dos veículos comerciais, com predomínio do trabalho temporário e intermitente.

Cada uma dessas modalidades possui características específicas no que diz respeito à formalização, à proteção social e à estabilidade do trabalhador. A seguir, apresenta-se um

quadro com as principais denominações do trabalho sob demanda no Brasil, destacando suas definições e particularidades.

Quadro 1 - Principais modalidade de trabalho sob demanda

Tipo de contrato	Como funciona
Part-time	Os colaboradores que fazem menos horas do que as 40 horas semanais estão em regime de trabalho parcial. Normalmente, os contratos em <i>part-time</i> são de 16, 20 ou 25 horas semanais, não excedendo 75% das horas de um horário completo.
Freelance	O profissional autônomo, traduzido do inglês, é quem trabalha por oportunidade. Cada trabalho é atendido eventualmente e o profissional não mantém relação de trabalho fixa. A remuneração ocorre a cada entrega.
PJs	Pessoa jurídica é uma celebração comercial firmada entre duas empresas. Em outras palavras, é quando uma pessoa que tem CNPJ ativo passa a prestar serviços a outro negócio.
Trabalho intermitente	No contrato de trabalho intermitente, os trabalhadores recebem por jornada ou hora de serviço, com direito a férias, FGTS, INSS e 13º proporcionais. Os trabalhadores são convocados pela empresa conforme a necessidade e pagos por hora trabalhada, com base no salário mínimo ou salário base do cargo.
Trabalho temporário	Para o trabalho temporário são feitos dois tipos de contratos: um entre o trabalhador e a empresa de trabalho temporário (que contrata o funcionário diretamente, podendo também colocá-lo à disposição para outra organização que precisa do serviço) e outro entre a empresa de trabalho temporário e a tomadora do serviço. O contrato de trabalho temporário pode durar até 180 dias, consecutivos ou não, prorrogáveis por mais 90 dias, consecutivos ou não. Após o término deste período, a empresa só poderá contratar o mesmo temporário após um intervalo de 90 dias.

Fonte: Elaborado pela autora.

Essas modalidades foram classificadas por Figaro (2018) como “arranjos econômicos no trabalho de jornalistas”. O que pode ser visto e debatido, no atual cenário crítico que aflige o jornalismo e os jornalistas brasileiros, é a presença cada vez maior de profissionais autônomos ou terceirizados dentro das redações tradicionais; ou de novas gerações de jornalistas trabalhando em redações e assessorias autônomas, que muitas vezes não passam de *smartphones* e *notebooks* conectados às redes e aos seus novos públicos, assim como os contratados como assistentes de comunicação. São jornalistas precarizados que buscam interagir, entender e influenciar os usuários de internet que consomem e participam do universo noticioso de modos muito distintos daqueles públicos que havia nos tempos dos meios analógicos.

Somado a esse grupo, tem-se a crescente presença de mulheres jornalistas como uma das transformações mais importantes do jornalismo atual. A feminização do campo jornalístico levanta questionamentos sobre a diversidade, a representatividade e as dinâmicas

e relações de poder, assim como as condições de trabalho sustentadas pelos meios informativos. Há na atualidade, uma maioria de jornalistas que são obrigadas a lidar com práticas profissionais cada vez mais precarizadas, enquanto enfrentam nas suas relações de trabalho, o crescimento das exigências técnicas e repertoriais para conseguirem atender devidamente as exigências de seus contratantes temporários.

Os desafios profissionais das jornalistas se multiplicam diante do aumento acelerado do uso de diferentes tecnologias e dispositivos digitais, assim como as exigências frequentes pelos contratantes, da entrega de conteúdos produzidos com edição multimidiática para gerar diversos formatos e linguagens que são veiculadas em vários canais de divulgação. As exigências produtivas atuais normalizaram o trabalho multitarefa nos veículos jornalísticos sem, na maioria das vezes, que o contratante se preocupe com a devida remuneração adicional dos profissionais, que são obrigados a lidar com multiplicação laboral para conseguirem entregar o conteúdo contratado. Há uma crescente precarização laboral que afeta profundamente o “fazer jornalístico atual”, e atinge as jornalistas *freelancers* de maneira cada vez mais aguda.

Ao mesmo tempo, a presença crescente de mulheres no jornalismo brasileiro ultrapassa a discussão sobre gênero nas atividades laborais contemporâneas. O extraordinário crescimento feminino em uma atividade profissional bastante antiga, que na maior parte de seu ciclo de desenvolvimento teve predomínio masculino, atualiza e reforça a diversidade social e cultural de maneira mais compatível com a realidade atual da população brasileira. No entanto, independente da questão de gênero, o predomínio das mulheres nos cursos de jornalismo e no mercado de trabalho enriquece a secular profissão. Mesmo que as profissionais da informação ainda tenham que enfrentar ambientes de trabalho hostis, com a persistência de muitos tipos de preconceitos contra a presença das mulheres na apuração e produção jornalística; a permanência de barreiras para a construção e progressão profissional.

É importante mencionar que este trabalho não coloca o passado como correto e o presente como errado. A ideia não é essa, mas refletir sobre o que muito se fala sobre viver uma *época de mudança* ou uma *mudança de época*. Diante da estranheza de muitas pessoas com o tempo atual, diante do crescimento do desconforto profissional com a progressiva complicação da realidade presente, muitos tendem a eleger como o “nosso tempo”, o passado já vivido e decifrado. Tal visão pessoal domesticada e saudosista, quando é aplicada ao jornalismo, poderá inserir os jornalistas na vasta categoria dos profissionais da saudade, dos adeptos do passado; não do agora e do futuro.

O viver na saudade pode se transformar em forma de percepção da realidade, pessoal

ou coletiva, que é enganadora e até adoecedora. Os adeptos do saudosismo valorizam o ritmo do atraso, reforçam os trajetos conhecidos e vividos, refutam as novas experiências do presente e temem as incertezas do futuro. Afinal, o passado é mais tranquilo e seguro do que o presente porque além de ter sido interpretado, o acontecido sempre vai se distanciando do viver presente. Afinal, o distanciamento temporal e espacial vai mudando a forma de um acontecimento ser interpretado.

Toda mudança tende a gerar um mal-estar, sobretudo, em quem colabora com a socialização, como o jornalismo. Por isso, cada jornalista necessita relevar em suas coberturas as informações que farão sentido para o futuro coletivo. O fato é que sem mudança não precisaremos de jornalismo, sobretudo de escolas de jornalismo; mas com mudanças constantes precisaremos de um outro jornalismo. Pode não ser o movimento das mudanças que gera e tem gerado cada vez mais o mal-estar que aflige a profissão de jornalista. O que atinge frontalmente os profissionais da informação é a velocidade da mudança, uma vez que o presente se transforma rapidamente em passado. Talvez, por isso, vive-se esse conservadorismo marcante de hoje em dia, com uma idealização crescente de que o passado traz segurança, previsibilidade e estabilidade coletiva.

Belchior brilhantemente cantou que “o passado é uma roupa que não nos serve mais”. Pode ser que esse conceito seja o principal dilema do jornalismo da atualidade. O ritmo das mudanças aceleradas também pede uma rapidez de adaptação que os jornalistas não estão conseguindo acompanhar. Afinal, o ritmo das mudanças sociais, produtivas e laborais é muito maior que a capacidade de adaptação dos profissionais, que se sentem insistentemente sufocados pelas transformações, que nem sempre são benéficas.

O novo contexto de atuação de profissionais do jornalismo acentuou entre a categoria a percepção de que os profissionais da informação são pessoas detentoras de conhecimentos cada vez mais vastos e especializados, mas que também dependem de consciência crítica, de afetividade social e retorno coletivo para poderem apurar informações verídicas e relevantes. O ser humano não nasceu para viver sem consciência, sem afeto, como se fosse uma inteligência artificial. Do que vale a experiência, consciência, fé, espiritualidade, se para tomar decisões no trabalho usamos apenas a racionalidade instrumental (Horkheimer, 1976, p. 11)? O que se afirma nesse trabalho é que um jornalismo comprometido com o futuro é aquele com resultado sustentável, que não gera dívidas para o futuro e nem para o passado.

O mundo, e também os jornalistas, presenciam um contexto de múltiplas crises, que não tendem a diminuir. São conflitos institucionais, econômicos, climáticos, geopolíticos, sanitários etc. As crises afloram continuamente, com efeitos interligados e sobrepostos. As

sociedades atuais vivem tangidas pela aceleração técnica: encurta-se cada vez mais o tempo de produção, de transporte, da comunicação; busca-se a compressão do espaço e, também do tempo. Busca-se a aceleração do ritmo de vida, com inserções na mesma unidade de tempo, de diversas atividades. E esse contexto impacta diretamente os tipos de contratação dos profissionais e as naturezas institucionais.

Diante desse contexto, tem-se o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a feminização do jornalismo, associada à precarização laboral e às exigências das tecnologias digitais, impactam a atuação das jornalistas *freelancers* no Brasil?

No que diz respeito ao contexto apresentado e diante das transformações que envolvem a crescente feminização do jornalismo, a precarização progressiva da profissão e a incorporação de tecnologias digitais, a presente tese tem as seguintes hipóteses de pesquisa:

Hipótese 1: A feminização do jornalismo está associada a formas específicas de precarização laboral, especialmente em regimes de trabalho *freelance*, resultando em desigualdade salarial, instabilidade profissional e barreiras à ascensão na carreira.

Hipótese 2: A concentração crescente de vínculos empregatícios flexíveis, como o *freelance*, contribui para intensificar a precarização laboral das jornalistas mulheres.

Hipótese 3: As exigências crescentes por domínio de tecnologias digitais impõem pressões adaptativas às jornalistas *freelancers*, reconfigurando as práticas profissionais e os ambientes de trabalho.

Isso posto, essa tese defende que a feminização do jornalismo, combinada à intensificação dos regimes de trabalho flexíveis (como o *freelance*) e às pressões adaptativas das tecnologias digitais, gera formas específicas de precarização laboral que afetam sobretudo as mulheres jornalistas no Brasil. Essa precarização se manifesta de diferentes formas e, sobretudo, através da desigualdade salarial, instabilidade profissional, necessidade de atualização constante e barreiras à ascensão na carreira, configurando a estética de um cenário de vulnerabilidade.

A justificativa para esta pesquisa baseia-se na importância de compreender as interseções entre precarização laboral e os efeitos das tecnologias digitais no jornalismo *freelance* brasileiro, especialmente sob a perspectiva das mulheres jornalistas autônomas. A feminização do jornalismo, aliada à precarização laboral, tem sido objeto de preocupação crescente devido aos desafios enfrentados pelas mulheres na profissão, como as desigualdades salariais, as dificuldades de ascensão profissional e o aumento das condições instáveis de trabalho e de remuneração. Além disso, o advento das tecnologias digitais apresenta mudanças significativas para o campo jornalístico, influenciando não apenas os processos de

produção e distribuição de conteúdos, mas também as dinâmicas de trabalho e as relações laborais implícitas. No contexto do jornalismo *freelance*, em que as jornalistas enfrentam, na maioria das vezes, condições incertas para lhes garantir trabalho e renda, entender como esses fatores se entrelaçam é crucial para informar e promover políticas públicas, práticas profissionais e iniciativas de motivação que promovam uma indústria informativa e serviços jornalísticos mais inclusivos, equitativos e sustentáveis.

Neste sentido, a Lei 14.611/2023, que prevê medidas para garantia da igualdade salarial, como o estabelecimento de mecanismos de transparência salarial, destaca-se como um contexto normativo relevante que ressalta a importância de se abordar questões de equidade de gênero no mercado de trabalho, incluindo o jornalismo, e reforça a necessidade de investigação e intervenção nessa área.

Diante desse contexto, a pesquisa tem como objetivo geral investigar a interação entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais no contexto do jornalismo *freelance* no Brasil. A finalidade é compreender como esses fatores influenciam a prática jornalística, a evolução da profissão e as condições de trabalho das mulheres jornalistas autônomas.

Já os objetivos específicos são:

- a) Compreender a evolução da feminização do jornalismo brasileiro e como isso influencia, genericamente, o perfil atual da profissão e contribui para reconfigurar o exercício profissional nos veículos brasileiros;
- b) Aprofundar a compreensão sobre a precarização laboral no campo jornalístico, identificando e analisando os novos modelos de vínculo empregatício, com ênfase nas profissionais *freelancers* e suas condições laborais, como remuneração, benefícios, segurança no emprego e oportunidades de crescimento;
- c) Entender como as jornalistas *freelancers* enfrentam a pressão adaptativa para se adequar às exigências tecnológicas digitais;
- d) Explorar as inter-relações entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais; e como as tecnologias digitais influenciam as condições de trabalho, especialmente para profissionais *freelancers*;

Este estudo é de abordagem qualitativa e com objetivo documental-descritivo. De acordo com Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa qualitativa se distingue por sua abordagem que busca analisar e interpretar, de forma aprofundada, os aspectos do estudo, considerando a complexidade das atitudes e tendências comportamentais. Conforme com Yin (2016, p. 7), ainda que uma metodologia de pesquisa formal qualitativa não exista, articular as cinco características da pesquisa qualitativa é essencial para o desenvolvimento do trabalho. São

elas:

1. estudar o significado da vida das pessoas, nas condições da vida real;
2. representar opiniões e perspectivas das pessoas de um estudo;
3. abranger as condições contextuais em que as pessoas vivem;
4. contribuir com revelações sobre conceitos existentes ou emergentes que podem ajudar a explicar o comportamento social humano; e
5. esforçar-se por usar *múltiplas fontes de evidência* em vez de se basear em uma única fonte. (Yin, 2016, p. 7).

A fim de cumprir as finalidades mencionadas, quanto aos procedimentos utilizados, optou-se por iniciar pela pesquisa bibliográfica de caráter exploratório interdisciplinar pertinentes aos conceitos envolvidos, sobretudo embasada em estudos sobre transformação e tecnologia digital, plataformização, midiatização, jornalismo industrial e pós-industrial, trabalho autônomo, feminização e precarização laboral, buscando entender o tema de maneira ampla, fundamentar teoricamente a pesquisa e identificar lacunas no conhecimento existente. Tal pesquisa conduziu ao alcance do objetivo de compreender a evolução da feminização do jornalismo brasileiro, assim como de outras áreas profissionais, e como isso influencia a profissão. Também, aprofundou a compreensão sobre a precarização laboral no campo jornalístico com os novos modelos de vínculo empregatício. É importante destacar que diante dos macro-descritores não se fez um recorte temporal, tampouco a busca se deu em bases de dados específicas, mas sim por meio de leitura crítica com a intenção de aprofundar nos temas elencados.

É importante destacar que o presente trabalho contou com o uso de ferramentas de inteligência artificial, tais como ChatGPT e Perplexity para auxiliar na etapa de revisão gramatical e formatação das referências; assim como o Napkin para a produção do *layout* das figuras. As ferramentas foram empregadas, exclusivamente, como apoio técnico, sem substituição do julgamento científico e crítico da autora, garantindo que todas as etapas de criação e decisão de conteúdo, interpretação dos dados, direcionamentos, enquadramentos e conclusões fossem de responsabilidade integral da pesquisadora.

Visando atender os objetivos propostos, a etapa de pesquisa bibliográfica está representada no capítulo “Tecnologia: o DNA da sociedade”, com seus quatro subcapítulos “Entre robôs e repórteres”, “Do chumbo ao pixel”, “Bits que dominam o mundo” e “Redes de poder” que englobam as tecnologias e como elas têm marcado presença de maneira constante, evoluindo, surgindo ou desaparecendo progressivamente, com impacto significativo no jornalismo brasileiro. Este capítulo aborda a transformação da sociedade impulsionada pelas tecnologias digitais, focando nas últimas três décadas. Ele explora como a incorporação de tecnologias computacionais, aplicativos e dispositivos digitais reconfigura tanto o mercado de

trabalho quanto às interações sociais cotidianas. Destaca-se a automação crescente e a dependência tecnológica, evidenciando a mudança nas dinâmicas de trabalho que requerem maior adaptação e aprendizado contínuo por parte de profissionais do jornalismo. A discussão se estende ao impacto dessas mudanças no jornalismo brasileiro, demonstrando como a revolução da informação e a ascensão das plataformas digitais redefinem a coleta, produção e distribuição de conteúdo jornalístico. O capítulo também aborda o desafio da desinformação e a necessidade de verificação dos fatos, reiterando a importância da postura ética e da responsabilidade social no jornalismo diante de um cenário midiático em evolução.

No capítulo “O novo social: plataformas, mídias e IA”, com seus três subcapítulos “Plataformas que nos cercam”, “Mídia que move o mundo” e “IA: promessas e dilemas do futuro”. Destaca o papel das plataformas digitais que, ao mediarem quase todos os aspectos da existência social e econômica, reconfiguram as estruturas de mercado, práticas de trabalho e identidades culturais. Explora como a mídia, enquanto extensão das capacidades humanas, redefinem as relações e percepções humanas, culminando na necessidade de uma reflexão crítica sobre a crescente influência tecnológica na sociedade; e aborda a inteligência artificial dentro desse cenário de evolução constante.

Assim como no capítulo “Evolução histórica do jornalismo brasileiro”, com seus dois subcapítulos “A lógica da quantidade sobre a qualidade” e “Além das fábricas de notícia” que abordam as transformações no jornalismo influenciadas pela digitalização e pela demanda por habilidades em TI, refletindo a importância destas para áreas além da indústria de TI. Relata a integração de profissões da comunicação com tecnologia, destacando a mudança no perfil profissional exigido pelo mercado. A pesquisa menciona o surgimento de profissões emergentes na comunicação ligadas à tecnologia e como as redes sociais transformaram o jornalismo, desafiando as empresas tradicionais a se adaptarem às lógicas digitais. Aborda o conceito de gatewatching, comparando-o ao tradicional gatekeeping, enfatizando a participação do público no processo jornalístico. Discute as implicações da mensuração de audiência e o impacto das tecnologias na prática e na percepção do jornalismo. Por fim, o capítulo aborda o “Quinto Jornalismo”, onde a tecnologia possibilita a produção de notícias sem intervenção humana, destacando a necessidade de adaptação e inovação diante das transformações tecnológicas e sociais que remodelam o jornalismo.

Já no capítulo “Entre avanços e reflexões: feminização e transformações no jornalismo brasileiro”, com seus dois subcapítulos “Notícia com voz de mulher” e “Jornalistas S/A: o mercado e a era do empreendedor de si mesmo”, discorre sobre a feminização do trabalho e como esse movimento desafia as normas de gênero e impulsiona a diversidade.

Também aborda discussões a respeito do envelhecimento da categoria, desregulamentação profissional, migração de talentos para outras áreas da comunicação e outros obstáculos em relação às disparidades salariais e presença em cargos de gestão. Por fim, destaca as transformações pelas quais tem passado o mercado de trabalho jornalístico e o crescimento do trabalho das novas formas de contratação, resumidas na palavra *freelance*.

Na sequência, foi realizada uma pesquisa de campo para atender aos objetivos de aprofundar a compreensão sobre as condições laborais das jornalistas *freelancers*, como remuneração, benefícios, segurança no emprego e oportunidades de crescimento. Também, entender sobre as pressões adaptativas quanto às adequações às tecnologias digitais. Por último, para validar através de exemplos o que o trabalho defende e argumenta, assim como para explorar as inter-relações entre feminização, tecnologias digitais e precarização laboral. Esta etapa está representada no capítulo “Gênero, precarização e empreendedorismo: pontos e contrapontos”, com seus três subcapítulos “Trabalho freelance: liberdade ou precarização”, “Condições de trabalho e a influência das tecnologias” e “Feminização do jornalismo e desigualdade estrutural”. A entrevista semiestruturada foi realizada com seis jornalistas brasileiras *freelancers*, atuando no Brasil ou no exterior, representando as áreas de trabalho da profissão, sendo elas: Jornalismo impresso, Telejornalismo, Radiojornalismo, Fotojornalismo, Jornalismo digital e Jornalismo corporativo. Todas as entrevistas foram realizadas em reuniões individuais entre a pesquisadora e a entrevistada. Marconi e Lakatos (2004) relatam que, na entrevista semiestruturada, o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente a questão.

A amostragem foi não-probabilística por conveniência, uma vez que a pesquisadora escolheu quem foram as pessoas que fizeram parte da amostra, de acordo com a avaliação de conveniência aos resultados da pesquisa, tendo como critério a acessibilidade da pesquisadora as entrevistadas e a aderência dos trabalhos da entrevistada com o tema. Essa técnica de amostragem consiste em formar uma amostra da população a partir de itens que estejam mais facilmente disponíveis e em coerente interesse com o tema. A análise de conteúdo foi utilizada para evidenciar e categorizar as respostas.

Por motivo de privacidade, o nome das entrevistadas não está inserido neste trabalho e não há identificação de forma particular e/ou individual em nenhuma publicação dos resultados da pesquisa. A identificação estabelecida se dá por área de trabalho. É importante indicar que, para participar deste estudo, as entrevistadas não receberam qualquer vantagem financeira.

Representando o Fotojornalismo, a entrevista foi realizada em 13 de setembro de 2024 às 10h30 via plataforma de reuniões on-line Google Meet. A entrevistada tem 50 anos, é formada em jornalismo há 21 anos e tem experiência na área de fotojornalismo para jornais impressos e portais on-line.

Representando o Jornalismo corporativo, a entrevista foi realizada em 20 de setembro de 2024, via plataforma de reuniões on-line Zoom, às 10h30. A entrevistada tem 42 anos, é formada em jornalismo há 21 anos e tem experiência de 16 anos em televisão, de 5 anos em jornalismo corporativo, assim como docência de pós-graduação em Medicina Reprodutiva na cadeira de marketing médico.

Representando o Radiojornalismo, a entrevista foi realizada em 23 de setembro de 2024, via plataforma de reuniões on-line Google Meet, às 14h. A entrevistada tem 59 anos, é formada em jornalismo há 36 anos e tem experiência, além do Radiojornalismo, em assessoria de imprensa e docência para a graduação em Jornalismo.

Representando o Jornalismo impresso, a entrevista foi realizada em 24 de setembro de 2024, via plataforma de reuniões on-line Google Meet, às 10h30. A entrevistada tem 38 anos, é jornalista há 12 anos e tem experiência como programadora, repórter e editora, ghost whiter³, jornalismo corporativo e produção de conteúdo como um todo.

Representando o Telejornalismo, a entrevista foi realizada em 03 de outubro de 2024, via plataforma de reuniões on-line Google Meet, às 8h. A entrevistada tem 39 anos, é jornalista há 17 anos e tem experiência em radiojornalismo, além de telejornalismo.

Representando o Jornalismo digital, a entrevista foi realizada em 21 de outubro de 2024, via plataforma de reuniões on-line Google Meet, às 20h. A entrevistada tem 60 anos, é jornalista há 38 anos e tem experiência em telejornalismo, jornalismo impresso e digital.

Neste sentido, os resultados apresentados neste estudo podem contribuir para o fortalecimento do jornalismo *freelance* feminino, oferecendo dados e reflexões que embasam iniciativas públicas e privadas voltadas à promoção da equidade de gênero e ao desenvolvimento de políticas que valorizem o trabalho das mulheres na comunicação, impulsionando a economia criativa e a diversidade das áreas de rádio, televisão, impresso, foto, corporativo e digital.

³ Escritor fantasma é um profissional que escreve textos, livros, discursos e outros tipos de conteúdo em nome de outra pessoa, sem receber crédito público pela autoria.

2 TECNOLOGIA: O DNA DA SOCIEDADE

Neste capítulo, vamos iniciar com as discussões sobre transformação e tecnologia digital, a partir da pesquisa bibliográfica de caráter exploratório interdisciplinar, buscando entender o tema de maneira ampla e fundamentada.

O capítulo discute as transformações provocadas pelas tecnologias digitais na sociedade contemporânea, com ênfase nas implicações para o jornalismo. Parte-se da análise da evolução da informação, entendida como uma reconfiguração estrutural do valor da informação, que deixa de ser apenas suporte da produção de bens materiais para tornar-se a essência da geração de conhecimento e conteúdo. Esse processo é comparado à revolução industrial, destacando-se os efeitos sobre o trabalho, especialmente a flexibilização e a precarização dos vínculos trabalhistas, como o *freelance*.

Ao longo do texto, as mudanças nos modos de produção, circulação e consumo da informação, impulsionadas por plataformas digitais e inteligência artificial, são trabalhadas de um modo histórico. O jornalismo, nesse contexto, enfrenta desafios como a perda de centralidade dos meios tradicionais, a fragmentação de audiências, a lógica algorítmica que redefine o acesso e a visibilidade dos conteúdos.

O capítulo também resgata o percurso histórico das mídias com a intenção de contextualizar o que o jornalismo passou até chegar à atualidade, das formas orais à digitalização em rede, enfatizando a emergência de uma cultura comunicacional participativa, mas também da vulnerável à desinformação.

Por fim, propõe uma reflexão sobre o papel das tecnologias na redefinição das relações de poder, defendendo a importância da mediação ética e da educação para as mídias no enfrentamento das assimetrias informacionais.

O primeiro subcapítulo “Entre robôs e repórteres” apresenta como a interação entre sociedade e comunicação, então o jornalismo tem se intensificado, sobretudo com o avanço da informatização, da automação e da lógica algorítmica aplicada à produção de conteúdo. Ao relacionar a revolução industrial à revolução da informação, compreende-se que o jornalismo não apenas acompanha essas mudanças, mas é diretamente participante delas, sobretudo no que diz respeito à reorganização do trabalho e à dependência de sistemas digitais.

2.1 Entre robôs e repórteres

Ao longo da história, as tecnologias têm marcado presença de maneira constante, evoluindo, surgindo e/ou desaparecendo progressivamente. Observando as principais características das sociedades contemporâneas nas últimas três décadas, identifica-se uma evolução que tem impactado significativamente o tecido social, promovendo mudanças que repercutem em várias esferas, incluindo o jornalismo brasileiro: a forma como a sociedade se adapta e interage com as tecnologias computacionais, aplicativos e dispositivos digitais.

Tais tecnologias têm se tornado cada vez mais intrusivas nas atividades laborais e nas práticas sociais do dia a dia, tanto em âmbito individual quanto coletivo, evidenciando a crescente automatização das atividades produtivas e a dependência da disponibilidade de máquinas informatizadas e inteligência artificial para operações, frequentemente, coordenadas remotamente. Tal hábito, pode-se assim dizer, necessita de redes para ser executado de maneira eficiente, ressaltando a interdependência entre a tecnologia e a execução produtiva como um fator essencial no cenário atual.

É importante destacar que a rápida evolução tecnológica demanda uma constante reformulação e aprimoramento desses dispositivos e aplicativos. A sociedade, em resposta, encontra-se em um processo contínuo de adaptação, incorporando novas tecnologias em suas práticas cotidianas. Esta dinâmica exige atualização e aprendizado constantes dos indivíduos para acompanhar as mudanças e aproveitar as novas possibilidades oferecidas pelas inovações tecnológicas. Dessa forma, as tecnologias assumem um papel central nas sociedades contemporâneas, moldando e influenciando as atividades laborais e práticas sociais em diversos níveis.

A contínua evolução das tecnologias digitais requer uma postura adaptativa também das instituições, como é o caso do jornalismo, para garantir o aproveitamento adequado e a integração eficiente dessas ferramentas no contexto social e produtivo, refletindo na forma como o jornalismo brasileiro se desenvolve e se adapta às novas realidades da profissão.

Foram as surpresas e os problemas de uma “sociedade da informação” baseada em novos suportes de comunicação, não muito diferente de uma “economia da informação”, que levaram a expressão a ser um dos rótulos mais familiares de todo o século XX. Pode-se mesmo dizer que há uma benção de McLuhan sobre ela. Em *Understanding Media* [Para entender a mídia] (1964), ele já havia escrito: “Na era eletrônica nos vemos, cada vez mais, sendo traduzidos como informação, nos movendo para o âmbito da consciência tecnológica”. (Briggs; Burke, 2004, p. 263 grifos dos autores).

Neste cenário de mudanças aceleradas e adaptação constante baseada em tecnologia digital, a revolução da informação ou essa emergência de constante evolução emerge como um marco significativo, caracterizada pelo acesso sem precedentes à informação e pela capacidade de compartilhá-la em tempo real e em escala global, um fenômeno que se apoia e se alimenta da rápida evolução das tecnologias digitais. Este processo tem transformado as práticas jornalísticas, a produção de conteúdo, a distribuição de notícias e a interação com o público. Nesse contexto, o jornalismo enfrenta o desafio de equilibrar a velocidade e a acessibilidade da informação digital com a responsabilidade de fornecer conteúdo preciso, confiável e contextualizado.

A influência desse fenômeno no jornalismo brasileiro é multifacetada, afetando desde a coleta de informações até a entrega de notícias ao “consumidor” final. Os jornalistas são agora capazes de acessar uma ampla quantidade de dados e fontes através da internet, melhorando a qualidade da investigação e reportagem. As plataformas digitais e as redes sociais também digitais têm permitido a distribuição mais rápida e ampla do conteúdo jornalístico, bem como a interação direta com o público, o que redefine o papel dos meios de comunicação tradicionais e promove a democratização do acesso à informação, mesmo que parcial. Contudo, a proliferação de fontes de informação e a facilidade de publicação online aumentaram as preocupações com a veracidade e a qualidade das notícias, dando origem a fenômenos como o da desinformação, que exigem de profissionais do jornalismo e das organizações de mídia um compromisso ainda maior com a verificação de fatos e a integridade editorial, além da constante atualização de conhecimentos e habilidades para navegar no novo ambiente de mídia - por parte do espectador.

Embora a revolução da informação seja um catalisador para a inovação e transformação no jornalismo, também requer reflexão sobre as implicações éticas, sociais e profissionais dessa transformação. À medida que o jornalismo brasileiro continua a se adaptar a essas novas realidades, torna-se imperativo reafirmar o compromisso com a excelência jornalística, a ética e a responsabilidade social, fundamentais para manter a confiança do público e a integridade da profissão em uma era de informação em constante evolução.

A discussão da revolução da informação, quando vista sob a lente de Martino (2014), ganha uma dimensão comparativa com a revolução industrial, enriquecendo a discussão sobre a evolução tecnológica e seu impacto no jornalismo e na sociedade contemporânea. Segundo Martino (2014), se na revolução industrial a informação era uma moeda importante para controlar a tecnologia e para a criação de bens, na revolução da informação, ela passa a ser usada para produzir mais informações, abrangendo desde bens simbólicos produzidos pela

indústria cultural até os produtos de consumo cotidiano. Essa perspectiva ressalta a mudança fundamental no valor e no propósito da informação, de um recurso para produção de bens materiais para uma matéria-prima essencial na criação de mais informação, alimentando um ciclo contínuo de produção e consumo de dados.

Essa transformação afeta os laços de trabalho, que se tornam frágeis, formando-se e desmanchando-se com a velocidade dos fluxos de dados (Martino, 2014). A migração do capital, orientada por esses fluxos de informação, parece indiferente aos impactos sociais que deixa para trás. Essa análise apresenta uma crítica importante às consequências socioeconômicas da revolução da informação, sugerindo volatilidade e precariedade crescentes nas relações de trabalho, fenômenos que não são alheios ao campo do jornalismo. Nesse contexto, pode-se afirmar que a revolução da informação, assim como a revolução industrial, são eventos históricos de grande impacto que transformaram profundamente a sociedade em seus respectivos períodos, com consequências na contemporaneidade. Embora sejam distintas em sua natureza, ambas trouxeram mudanças significativas em aspectos da vida humana.

McLuhan (1994) e Martino (2014) permitem observar visões complementares e, em certa medida, contrastantes. Enquanto McLuhan enxerga a mídia como extensão do homem e transformação sensorial e cultural da sociedade, Martino destaca os efeitos econômicos-produtivos e estruturais da revolução informacional. Ambas as abordagens contribuem para compreender como os meios técnicos reorganizam não apenas os fluxos de informação, mas também os vínculos laborais e os modelos de produção simbólica.

Contextualizando, a revolução industrial, ocorrida a partir do século XVIII, foi marcada pela transição de uma economia agrária para uma economia industrializada, que apresentou avanços tecnológicos como a invenção de máquinas a vapor, que impulsionaram a mecanização da produção. Esse processo resultou em um aumento da produtividade, da produção em massa e no crescimento das cidades industriais. Alterou radicalmente a estrutura social, promovendo o surgimento de uma classe trabalhadora assalariada e de novas formas de organização do trabalho. Por sua vez, a revolução da informação, que ocorreu a partir do século XX com o avanço das tecnologias da informação e comunicação, introduziu uma nova era de comunicação e acesso à informação. Através do desenvolvimento de computadores, internet e redes de comunicação, houve uma rápida disseminação e compartilhamento de informações em escala global. Isso resultou em transformações nos processos de trabalho, nas formas de comunicação, no acesso ao conhecimento e na maneira como cada ser humano interage socialmente. A revolução da informação impulsionou a economia do conhecimento e

a digitalização de incontáveis atividades, além de criar novas indústrias, como a indústria de tecnologia.

Segundo Pinochet (2014, p. 1), “transformando-se em fusão de arte e ciência, a tecnologia de hoje é definida como conjunto de conhecimentos científicos encomendados, por meio do qual você pode projetar e criar bens e serviços”. Não somente as organizações empresariais e sociais sentem os efeitos das mudanças de cenário sugeridas pelas novas tecnologias da informação e comunicação (TIC), mas a forma como a produção é realizada também implica grandes transformações nos âmbitos micro e macroeconômicos.

Atualmente, mais importante do que a localização geográfica do nascimento, moradia, trabalho para pessoas, empresa, centro de distribuição logística e estoque, é a qualidade da conexão que proporciona sintonia de contatos com o mundo todo. Assim, a essência que fundamenta a sociedade da informação está ligada às TIC e o poder dessa era não está nas mãos de quem concentra a maior quantidade de informação, necessariamente, mas de quem é capaz de processar essa informação e passá-la de dado não processado para conhecimento. Ou seja, de quem é capaz de compreender as informações necessárias para desempenhar uma determinada tarefa. O cenário, assim como a área de estudos “ecologia midiática”, que pesquisa a sociedade sendo midiaticizada e convivendo com os meios, enfatiza um novo ambiente para o ser humano, conforme explicam Straubhaar e LaRose (2004, p. 2).

A transição para uma sociedade baseada na informação está acelerando-se através da rápida convergência de sistemas de comunicação e tecnologias da informação e o crescimento de redes integradas de alta capacidade que carregam informação em formato digital passível de leitura por computadores.

Essa convergência tecnológica tem impactos profundos em diversos aspectos da sociedade. Especificamente tratando da comunicação atual, um dos seus maiores problemas pode não ser mais sobre o acesso ou a falta de informação, mas pode dizer respeito à seleção e validação através de filtros daquilo que realmente é confiável e passível de memorização ou utilização, e o que pode ou deveria ser descartado. Encontra-se o paradigma da economia digital, como explica Pinochet (2014, p. 4), ao relatar o momento atual de predominância “de informações de forma instantânea e quase imediata, com a perda das fronteiras, gerando a ideia de que o mundo está cada vez mais próximo em virtude do avanço da tecnologia”.

O fato é que mais de 30 anos de internet, sendo que a expansão comercial ocorreu a partir de 1990, e mais de 50 anos de desenvolvimento da informática, de acordo com Pinochet (2014, p. 115-116),

[...] trouxeram uma série de significativas evoluções tecnológicas e de impactos nas diversas áreas de aplicações práticas do conhecimento. [...] O mercado tecnológico abriu uma via na qual não pode mais parar de perseguir os avanços, principalmente os científicos em pesquisas para desenvolvimento de hardware e software, cada vez mais sofisticados e com maior capacidade de processamento e armazenamento, isto força estas indústrias a compreender as necessidades dos usuários.

As mudanças são tão significativas, inclusive de comportamento frente às TIC, que os profissionais estão constantemente ansiosos por atualizações e pelos lançamentos de novidades, que as empresas confiam cada vez mais nelas para bancar os seus desenvolvimentos estratégicos, táticos e operacionais. Fato que comprova, cada vez mais, os altos investimentos em setores de TIC e de contratação de profissionais capacitados para alinhar a tecnologia computacional aos diferentes objetivos e anseios empresariais.

Constantemente o mercado pesquisa, desenvolve e lança novas soluções em tecnologias. O foco da atualidade está para algumas delas, como a popularização generalizada das telas digitais e a inteligência artificial generativa. Desde os primeiros televisores até aqui muita coisa mudou: dimensões, materiais, finalidades, tecnologias, usabilidades e funcionalidades. O futuro das tão cobiçadas telas está no atendimento cada vez melhor das expectativas dos consumidores pelas cores perfeitas, pela alta qualidade de imagens com baixo custo de produção que possibilite a maior comercialização dos produtos, assim como pela disponibilidade de memórias mais potentes para armazenar mais informações. Assim também acontece com a inteligência artificial generativa, que ganhou popularidade a partir de 2023 e vai além da simples automação, se baseando na capacidade de aprender, evoluir e adaptar-se continuamente.

Com os mecanismos modernos de divulgação de mensagens, gostos, menções, interesses e preferências das audiências são mapeados. A partir disso, as informações chegam quase que sob medida para um público cativado pelos sistemas de algoritmos que indicam as programações disponíveis em tempo real e diferida, que na atualidade é impulsionada pela disponibilização *full time* de atrações para todos os gostos. Para manter o interesse das pessoas e garantir que estejam expostas a cada vez mais conteúdos estratégicos, os algoritmos organizam o conteúdo e disponibilizam produtos novos, gerando uma demanda diária pela produção e oferta de novos materiais multimidiáticos de informação e entretenimento. O objetivo é cativar e “viciar” os consumidores em uma infinidade de informações, o que demanda estratégias de audiência executadas pelos grandes conglomerados de internet. Afinal, as informações não dependem mais somente da força editorial e do apelo informativo do jornalismo.

Da mesma forma e com os mesmos interesses de reduzir custos e aumentar a lucratividade, os novos recursos informáticos foram introduzidos nas redações dos veículos informativos. E isso não significou apenas uma nova tecnologia que foi implantada para potencializar as tarefas produtivas de profissionais do jornalismo e de outros profissionais que participam da captação e formatação de conteúdos noticiosos em diversas linguagens para diversos meios. Na prática, cada tecnologia tem potencial para introduzir uma série de alterações nos nexos e nos fluxos de trabalho. Na maioria das vezes, o sistema ou ferramenta digital desencadeia a automatização de funções laborais e a destruição crescente de postos de trabalho, enquanto aumenta a extração de produção não remunerada daqueles trabalhadores.

A produção material ou simbólica atual é aprimorada pela crescente produção decorrente do aperfeiçoamento dos equipamentos e programas de automatização. Tampouco, os jornalistas estão imunes ao fenômeno, que é tão antigo quanto o industrialismo moderno. Straubhaar e LaRose (2004, p. 12) reforçam que as “[...] novas tecnologias permitiram eliminar muitos dos filtros intermediários das organizações de mídia e encolher o tamanho mínimo para seu funcionamento. [...] Em muitos casos, a linha divisória entre receptores e fontes vem se tornando cada vez mais fina”.

As profissões da atualidade passaram por contínuas mutações e seguem sendo transformadas ou até extintas, conforme aumentam a automatização laboral e a “racionalização” produtiva capitalista, como o jornalismo. O ser humano tem se adaptado às tecnologias vigentes e à realidade mediada pelas máquinas em rede. O contexto contemporâneo é derivado da informatização crescente dos antigos veículos analógicos de comunicação, que, em menos de cinco décadas de vigência, afetou demasiadamente os jornalistas ao reduzir enormemente as redações, mudar as suas estruturas e as formas de relacionamento intra setorial. Houve sobrecarga de suas rotinas produtivas e mais precarização de suas relações de trabalho; além do intenso enfraquecimento de seu poder mobilizador e reivindicativo, ao extinguir os seculares ambientes laborais, os aparatos e o convívio presencial e diário dos profissionais.

Nas antigas redações da imprensa, do rádio e da televisão conviviam diversas categorias, várias com funções complementares, que antes eram necessárias para produzir e difundir as mensagens informativas, publicitárias e de entretenimento, que eram inerentes aos negócios da comunicação comercial analógica. Assim, o alicerce e os organogramas das empresas jornalísticas também foram reestruturados com o objetivo de reduzir custos de produção e de obter mais condições de competitividade na disputa pelo público em meio a um mercado em readequação.

São muitas as incertezas que rondam o jornalismo atualmente diante da quantidade de narrativas e da crise quanto à monetização, o que torna o contexto complexo, pouco previsível e/ou pouco rentável. Ainda que diante da insistência em trabalhar com informações provenientes de jornalistas *freelancers* ou veículos independentes, agências de checagem de informação, grandes grupos de mídia e veículos de jornalismo do interior. Essa instabilidade está marcada, principalmente, pelo advento do capitalismo digital de dados formado pelas *big techs* (as maiores plataformas estruturais que subsidiam com dados ou suporte as demais plataformas digitais - Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft). Essas cinco empresas têm desempenhado um papel de protagonismo na transformação do ecossistema midiático.

No contexto do capitalismo digital de dados, as *big techs* têm um papel central na coleta, processamento e distribuição de informações. Por meio de algoritmos e plataformas, elas atuam como intermediárias na disseminação de conteúdo jornalístico, alcançando público global e proporcionando acesso à diversidade de fontes de informação. Isso gera benefícios ao ampliar o alcance e a visibilidade das notícias, permitindo que um maior número de pessoas tenha acesso a diferentes perspectivas e vozes. No entanto, a presença dominante das *big techs* gera dependência dessas empresas como canais de distribuição e essa dinâmica pode e afeta a sustentabilidade financeira dos veículos de comunicação tradicionais, já que as receitas publicitárias migram cada vez mais para as plataformas digitais.

Grohmann, Schneider, da Silveira (2024), no dossiê “IA e a Questão da Soberania” discutem como a inteligência artificial tem sido usada para intensificar a extração de valor por meio da digitalização das rotinas jornalísticas, muitas vezes sem garantir condições mínimas de trabalho. Também tratam da soberania digital a partir da IA e do trabalho em discussões e estudos sobre políticas digitais. Figaro e Paulino (2024, p. 16), no mesmo dossiê, detalham os problemas sociais, inclusive das jornalistas tema deste trabalho, de um modelo que alicerça o trabalho na tecnologia.

É nesse contexto que se estabelece a discussão sobre o tema da soberania. Essa tentativa de criação de um “capitalismo sem trabalhadores” e, portanto, sem os problemas que a relação capital-trabalho acarreta, trouxe outros problemas que estão sendo jogados no colo do Estado como, por exemplo, o que fazer com o crescente número de trabalhadores descartados pelo processo de reprodução do capital, como lidar com a regulação da chamada “economia de bicos” fora das relações tradicionais capital-trabalho, herdadas do sistema fordista de produção, como gerir o sistema de saúde e previdência social e daí por diante.

Não são só as tecnologias que seguem mudando e desestabilizando o mercado dos meios de comunicação, e também reduzindo a empregabilidade e os padrões salariais de profissionais do jornalismo. Persiste há mais de três décadas uma conjuntura social e cultural

complexa, abrangente e instável. Afinal, as novas mídias, os aplicativos e dispositivos digitais provocaram diversas transformações no conjunto das sociedades e das relações interpessoais, mas isso é recente.

A internet passou a disputar, com a “velha mídia”, o público e os anunciantes, gerando desequilíbrio das receitas, declínio dos modelos de gestão e de estruturas organizacionais seculares. Diante do novo cenário incerto, as empresas de comunicação passaram a mudar as suas formas de relação com seus públicos; mudaram, também, as pessoas e as suas formas de receber e consumir informação; mudaram-se os métodos e procedimentos técnicos que norteiam os trabalhos dos profissionais do jornalismo.

Por isso, está estabelecido o jornalismo situado no informacionismo, em que a lógica do capital se baseia na capacidade humana de processamento da informação. A informação foi colocada no ponto mais alto da pirâmide de valores da sociedade, como importante e fundamental instrumento de acúmulo de capital. Briggs e Burke (2004, p. 273) refletem sobre a informatização e “a digitalização de todas as formas de conteúdo”, no sentido de que elas tornam “possíveis muitas coisas novas”, contudo não são capazes de acabar “[...] com os antigos problemas de conteúdo. Maior número de canais realmente significava maior número de opções? Não estavam mostrando cada vez mais a mesma coisa?”.

Para Marcondes Filho (2009), a era tecnológica é radical. O autor sugere e reforça o contexto já apresentado, de que a era tecnológica é caracterizada por mudanças significativas e rápidas, transformando-a em uma indústria de grande porte. Essa característica implica em crescimento acelerado e possivelmente descontrolado. Marcondes Filho (2009) argumenta que a era tecnológica está levando à extinção dos pequenos jornais e isso pode ser interpretado como uma consequência da dominação das grandes corporações de mídia ou da mudança nos padrões de consumo de informação da sociedade. Assim, há “negação do caráter informativo da informação” pela produção em larga escala distribuída no mundo todo, de forma prolixa, que tem como consequência a desinformação (Marcondes Filho, 2009).

Marcondes Filho (2009. p. 147) tenta explicar e até justificar, em três pontos, a sociedade imersa nessa realidade de “sofisticados equipamentos de comunicação”:

O primeiro aspecto é o processo universal de desencanto, conceito exposto originalmente por Max Weber, que tinha em mente uma radical crítica ao Iluminismo e a seus desdobramentos, especialmente com relação à técnica. Weber é o primeiro a chamar a atenção da sociedade, numa época em que o racionalismo estava na ordem do dia, para o fato de que a razão, em seu limite, pode conduzir à irrazão e à racionalidade, que originalmente estaria voltada para satisfazer ao bem-estar, à felicidade, à comodidade do homem na terra, levou, contrariamente, à sua própria escravização.

Como segundo aspecto, seria a crise do desaparecimento dos grandes discursos com a chegada do que chama de culto à técnica, pelo uso racional das máquinas como único interesse. Como terceiro aspecto, aborda o fim da história, quando a radicalização provoca o fim da ontologia. A análise do pesquisador leva em consideração as consequências, como chama, da radical era tecnológica sobre a imprensa. Seu trabalho é totalmente focado no volume de informações, que é cada vez mais alto, e sem critérios de noticiabilidade norteadores, tendo a instantaneidade como principal (Marcondes Filho, 2009). No final das contas, isso acaba causando bem mais redundâncias e desinteresses do que cumprindo seu papel social de cidadania.

O critério de noticiabilidade, antes mais orientado por valores jornalísticos tradicionais, como relevância, imparcialidade e diversidade de fontes, acaba sendo afetado pela busca incessante pela instantaneidade e quantidade. A seleção e cobertura de determinados eventos são influenciadas mais pelo apelo imediato ou sensacionalista do que pela sua importância social e impacto real na vida das pessoas, o que, inclusive, gera questionamentos por parte do público.

Essa mudança de foco tem, certamente, implicações na missão social da imprensa como guardião da cidadania. A função de informar os cidadãos sobre questões importantes, promover o debate público e fiscalizar o poder é prejudicada quando a busca pelo clickbait⁴ e a rápida obsolescência das notícias ganham mais destaque. Como resultado, assuntos relevantes são deixados de lado em favor de conteúdos mais apelativos e de menor profundidade.

Paralelamente, a evolução do jornalismo contemporâneo traz consigo uma reconfiguração dos papéis e processos jornalísticos tradicionais. A incorporação da lógica matemática dos computadores nos fluxos de trabalho das redações sugere uma mudança fundamental na prática jornalística, exigindo uma adaptação dinâmica dos profissionais do jornalismo a novas funções e metodologias. Essa transição não apenas redefine a natureza do jornalismo, mas também desafia sua capacidade de cumprir sua missão social em um cenário cada vez mais influenciado pela tecnologia.

O quadro a seguir resume as principais ideias do subcapítulo “Entre robôs e repórteres”:

⁴ Na tradução do inglês, significa “isca de cliques” ou “caça-cliques”. Trata-se de uma forma de publicidade enganosa na internet, que tem como objetivo central gerar cliques e alavancar a receita da divulgação online.

Quadro 2 - Entre robôs e repórteres

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	A revolução da informação como transformação estrutural, comparável à revolução industrial, reorganiza o trabalho e a produção simbólica.
Tecnologias em foco	Automatização, algoritmos, inteligência artificial, plataformas digitais.
Autores	McLuhan (1994); Martino (2014); Pinochet (2014); Briggs, Burke (2004); Straubhaar e LaRose (2004); Silveira (2024); Marcondes Filho (2009).
Impactos no jornalismo	Redução de postos de trabalho, precarização das relações laborais, uso de <i>freelancers</i> , dependência das <i>big techs</i> .
Reflexões críticas	A lógica algorítmica gera crise na produção informativa tradicional. É necessário reforçar a ética e o compromisso com a verificação e qualidade editorial.

Fonte: elaborado pela autora.

Diante do exposto, o próximo subcapítulo “Do chumbo ao pixel” apresenta um panorama histórico e conceitual sobre a evolução das tecnologias da comunicação e sua interação com os modos de organização social. Parte-se da invenção da prensa de Gutenberg e do desenvolvimento industrial para compreender como cada ruptura tecnológica gerou impactos nas formas de produção, circulação e controle da informação. A inclusão deste capítulo se justifica pela necessidade de oferecer fundamentos teóricos e históricos que sustentem a análise das transformações mais recentes no campo jornalístico. Ao compreender como essas mudanças foram se constituindo ao longo do tempo, torna-se possível contextualizar, com mais precisão, os fenômenos atuais que envolvem as dinâmicas do trabalho e da informação a partir da mediação tecnológica.

2.2 Do chumbo ao pixel

Na evolução do jornalismo, outras e tantas transformações ocorreram, como nas eras anteriores a Gutenberg e ao desenvolvimento da prensa tipográfica, quando a comunicação “social ou pública” era estabelecida majoritariamente pela oralidade. Especialmente porque o analfabetismo predominava quase que totalmente entre as populações, e a produção manuscrita de textos e livros era muito cara e insuficiente para atender todas as camadas sociais. A partir da prensa tem-se uma situação de ruptura midiática, social e, então, comportamental, uma vez que muitos povos passaram a ter disponibilidade de diversos tipos de repertórios para leitura, com produção e oferta de publicações em escala industrial. Portanto, a disponibilidade de livros mais baratos e acessíveis impulsionou o hábito de leitura,

que passou a ser intensificado entre os habitantes de diversos países europeus, que passaram a ter também sistemas escolares públicos e regulares.

O desenvolvimento industrial também criou melhores condições econômicas para diversas camadas sociais, fator que facilitou a produção de livros e materiais impressos. Gutenberg, ao lançar a prensa, também criou toda uma estrutura de mídia com novas interpretações, pautada, sobretudo, pela possibilidade do registro mecânico. Em uma observação inicial dos efeitos, conforme Briggs e Burke (2004, p. 28), “os impressos permitiam aos leitores, que ocupavam uma posição inferior na hierarquia social e cultural, estudar os textos por si mesmos, ao invés de acreditar e confiar no que as ‘autoridades’ contavam”.

Desta forma, a impressão passou a espalhar o conhecimento ao ponto que as pessoas comuns passariam a ser detentoras de informações sobre seus direitos, liberdades, deveres, assim não sendo mais submissas e governadas de maneira opressora, como comentou Samuel Hartlib (Briggs; Burke, 2004). Contudo, o avanço e os efeitos da tecnologia não agradavam a todos e causavam certa ansiedade, sobretudo o aparecimento de jornais no século XVII, como relatam Briggs e Burke (2004, p. 28), sobre o que escreveu o poeta inglês Andrew Marwell em 1672: “Ó Tipografia! Como distorcestes a paz da Humanidade!”.

Briggs e Burke (2004), ao abordar as obras de Marshall McLuhan (1994), defendem que a prensa enfatizou a transição do auditivo para o visual ao dizer que “os impressos abriram uma fenda entre a cabeça e o coração” (2004), ao relacionar a invenção com os novos efeitos culturais. A nova tecnologia se comportava, então, como um estímulo às mudanças sociais e não como criadora. Neil Postman (1994, p. 27) salienta que

[...] uma tecnologia nova não acrescenta nem subtrai coisa alguma. Ela muda tudo. No ano de 1500, cinquenta anos depois da invenção da prensa tipográfica, nós não tínhamos a velha Europa mais a imprensa. Tínhamos uma Europa diferente. Depois da televisão, os Estados Unidos não eram a América mais a televisão; esta deu um novo colorido a cada campanha política, a cada lar, a cada escola, a cada igreja, a cada indústria. E é por esse motivo que a competição entre os meios de comunicação é tão feroz. Cercando cada tecnologia estão instituições cuja organização - para não mencionar sua razão de ser - reflete a visão de mundo promovida pela tecnologia. Por conseguinte, quando uma tecnologia velha é atacada por uma nova, as instituições ficam ameaçadas. Quando as instituições são ameaçadas, uma cultura se encontra em crise.

O próprio Neil Postman (1994) já havia descrito essa dinâmica de rupturas e transformações ao abordar que um meio é uma tecnologia dentro da qual se cresce uma cultura, se molda a política dessa cultura, sua organização social e sua forma habitual de

pensar. Para ele, o que mais interessa é a forma como os meios e os seres humanos interagem, dando caráter à cultura e ajudando a preservar um equilíbrio simbólico.

Quando se fala em ruptura midiática, refere-se a uma mudança significativa na forma como as informações são produzidas, distribuídas e consumidas na sociedade, devido a mudanças na tecnologia e na mídia. Essa ruptura afeta profundamente a indústria da mídia, os padrões de consumo de informações e a forma como as pessoas se relacionam com a informação. Exemplos de rupturas midiáticas incluem a transição da mídia impressa para a mídia digital, o surgimento de novas plataformas de mídia social e a proliferação de fontes de informação online.

Com a evolução dos seres humanos, a comunicação progrediu para formas cada vez mais sofisticadas, isso porque a evolução da comunicação é um processo contínuo e constante, impulsionado tanto pelo desenvolvimento biológico quanto pelas inovações tecnológicas. E, se tratando do advento da intercomunicação individual, seria diferente com a internet, as redes de comunicação móveis, a partir das redes de comunicação descentralizadas? Não. Fato é o quanto esta “novidade” altera o “esquema” vigente. Com a internet, não existem apenas softwares, aplicativos, plataformas e redes sociais digitais, mas toda uma cultura da liberdade, que está enraizada nos negócios envolvendo internet e, se tratando de negócios, em cada pessoa que cria ou usa. Castells (2021, p. 31) exemplifica: “Para a maior parte das pessoas das novas gerações, a defesa do livre acesso às redes de internet se tornou uma prioridade acima de qualquer outra demanda, uma vez que a livre comunicação é pré-requisito para suas práticas e experiências mais importantes, da música à política, do empreendedorismo à interação emocional”.

Com os grandes conglomerados de internet, focados na venda de “comunicação irrestrita” (Castells, 2021, p.30), unidos à população que defende que a internet e as redes de computadores não podem ser controladas por governos, tem-se um cenário em que o que se é mais proeminente nos últimos anos na comunicação é a intercomunicação individual, caracterizada sobretudo pela interação e capacidade de alcance a uma audiência de massa. A “comunicação livre” ou “livre comunicação” é a prática mais revolucionária de todas, pois:

[...] desafia o poder dos relacionamentos incorporados às instituições e organizações da sociedade. A comunicação de cima para baixo, sob o controle das empresas e dos governos, caracterizou a história da humanidade. Qualquer nova tecnologia de comunicação, tal como a prensa de impressão, é um desafio à autoridade, pois as sementes da revolta existentes na maior parte dos indivíduos que estão incorporados às formas permanentes e injustas de organização social apenas podem crescer e florescer quando são conectadas a outros indivíduos, quebrando as barreiras da experiência individual para então se tornarem mobilização social e projetos

alternativos de organização social – não necessariamente para o bem, em termos normativos, porque a história não tem um sentido predeterminado de experiência positiva, contra a suposição ideológica de progresso como sendo o destino inelutável da evolução humana. (Castells, 2021, p. 31-32).

Pode-se atribuir a esse pensamento a ascensão das mídias sociais digitais e plataformas de comunicação online. Com o surgimento das redes sociais digitais como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Tik Tok e outras, as pessoas têm mais maneiras de se comunicar do que nunca. Essas redes tornaram-se parte integrante da vida cotidiana de muitos indivíduos e mudaram fundamentalmente a maneira como as pessoas interagem e se comunicam entre si.

As redes sociais digitais e as plataformas de comunicação online mudaram a natureza da comunicação de várias maneiras. Elas possibilitaram que as pessoas se conectassem a amigos e familiares em todo o mundo de maneiras mais fáceis e convenientes, permitindo comunicação instantânea e contínua. Também deram voz a pessoas que antes não tinham um espaço para compartilhar suas opiniões e ideias, fazendo com que indivíduos comuns alcançassem públicos globais. Assim, esse movimento tem sido uma das transformações mais importantes na comunicação nos últimos anos, mudando fundamentalmente a maneira como as pessoas se comunicam e interagem umas com as outras.

Posto isso, entende-se que cada novo meio de comunicação introduz novas formas de linguagens com efeitos sociais e culturais imediatos, que causam uma série de evoluções, mas também rupturas mercadológicas e políticas, que podem resultar em tensões e crises cíclicas, das economias e nas sociedades capitalistas.

A partir do avanço das tecnologias, agora informáticas estabelecidas em redes de computadores, com a internet, o poder midiático encontra-se dentro de um processo de deixar de ser tão massivo. Especialmente em consonância com o lançamento de diferentes softwares, plataformas e recursos digitais, dotados de aparatos que estimulam as relações interpessoais e a influência por parte do espectador de forma participativa. Assim, a convergência proposta pela internet está causando a fragmentação e a rede mundial de computadores já perdeu o seu primeiro sentido ao se fragmentar cada vez mais em redes, aplicativos e funcionalidades independentes.

A economia dos meios de massa está mudando para formas que permitem – e até os encorajam – a ser menos “de massa”. Mudanças tecnológicas, industriais e de receptividade das audiências e anunciantes, tudo está encorajando a mídia a verticalizar ou a segmentar – para focalizar audiências menores e mais específicas com programas ou conteúdos mais especializados. (Owen; Wildman, 1992 *apud* Straubhaar; LaRose, 2004, p. 267).

Castells (2021) defende que a comunicação horizontal alterou a prática de poder em diferentes dimensões da vida, aumentando a influência da sociedade e de atores específicos não ligados ao governo ou instituições na dinâmica das relações de poder. Ao mesmo tempo, aborda e propõe uma nova teoria do poder na era da informação. Esta teoria é fundamentada, sobretudo, no gerenciamento das redes de comunicação. Em outras palavras, “as relações de poder, base das instituições que organizam a sociedade, são amplamente constituídas na mentalidade das pessoas através dos processos de comunicação” (Castells, 2021, p. 29). Para ele, a “moldagem da mentalidade”, seria mais eficaz com o objetivo de dominação do que outras técnicas, como “intimidação e violência”, através de práticas de comunicação.

Ao definir a comunicação nos dias atuais, Castells (2021, p. 30) pondera como as tecnologias geradas, de redes digitais, permitem que cada pessoa conectada produza e distribua seus próprios conteúdos:

Principal forma organizacional de comunicação na era digital é representada por redes de negócios multimídia globais com formas diferentes de comunicação reunidas no mesmo conglomerado e com alta concorrência em um ambiente de negócios cada vez mais oligopolista. Além disso, redes horizontais de comunicação e formas tradicionais de comunicação unidirecional, tais como a televisão, o rádio e a mídia impressa, estão cada vez mais misturadas, formando um sistema de comunicação híbrido que usa a flexibilidade da tecnologia digital para migrar de um “hipertexto” genérico e unificado para um “meu texto” individualizado e diversificado (meu hipertexto, meu horário nobre, meu composto de imagens e palavras autos selecionados). Ademais, mesmo que universo da internet seja construído em torno do poder dos grandes conglomerados empresariais e seja, de alguma forma, regulado pelos governos, ele permanece sendo, de fato, um modo de comunicação muito distinto caracterizado pela considerável autonomia dos sujeitos comunicantes em relação aos donos e reguladores da infraestrutura de comunicação.

Jenkins (2006) explora a forma como a tecnologia digital e a convergência de mídia estão transformando a cultura popular e a indústria do entretenimento. Segundo o autor, a convergência de mídia está mudando a forma como as pessoas consomem e participam da cultura popular. Ele argumenta que a cultura da convergência é caracterizada por uma série de mudanças na forma como a mídia é produzida, distribuída e consumida. Essas mudanças incluem o surgimento de novas formas de produção de conteúdo, como blogs, vídeos caseiros e podcasts, que permitem que indivíduos e grupos produzam e compartilhem conteúdo de forma independente. Isso porque a convergência de diferentes plataformas de mídia, como televisão, cinema, videogames e internet, em uma única experiência de entretenimento, facilita a participação ativa do público na produção, distribuição e discussão de conteúdo, que transforma os consumidores em produtores e promove a cultura do fã.

Nesse cenário, de novas rupturas midiáticas, sociais, culturais e comportamentais, há um maior foco e uma maior sensibilidade para a audiência e os seus anseios. Então, o meio não exerce mais o papel dominante, mas está nas mensagens a força e transformação dos tempos atuais. É o momento em que as pessoas encontram espaço para falar, escrever e expor suas ideias e opiniões, ganhando a sensação de poder pelo convite ao diálogo e à construção do próprio conteúdo, seja ele coerente e verdadeiro, ou não. Contudo, essa sensação pode ser considerada, realmente, apenas sensação ao pé da letra, uma vez que as mídias sociais, às quais essa mesma audiência tem acesso para a interação com conteúdo, estão cada vez mais focadas em manipular e controlar, sendo mais evidente atualmente no atual cenário político e jornalístico brasileiro. Essa é a avaliação fundamental da internet que conecta em redes de computadores nossas vidas imersas em uma sociedade em rede.

Pela história da tecnologia sabemos que as pessoas adotam, usam e modificam novas tecnologias de maneira a adequá-las propriamente a seus desejos e necessidades, dependendo de sua cultura, organização social, ambiente institucional e sistema de personalidade. Entretanto, há ainda um efeito específico da tecnologia. As tecnologias adequadas devem estar disponíveis na hora e lugar exatos em que sua necessidade é diretamente sentida pelas pessoas e suas organizações. Dessa forma, há interação sinérgica entre descoberta tecnológica e evolução social. (Castells, 2021, p. 36).

É preciso lembrar que as mídias sociais são compostas de empresas comerciais, dotadas de interesses econômicos, políticos, culturais e sociais. Interesses tais que não levam em consideração o fator humano como prioridade, mas sim a máquina, a tecnologia e o algoritmo, que são os protagonistas dos códigos fechados.

As empresas de mídias sociais têm diversos interesses, que podem variar dependendo da empresa e de seus objetivos específicos. No entanto, há alguns interesses comuns que costumam estar presentes em suas estratégias de negócio, como o aumento do engajamento do usuário. Isso porque as empresas de mídias sociais dependem do engajamento dos usuários em suas plataformas para gerar receita por meio de publicidade e de seus produtos, com base nos dados dos usuários. Portanto, elas têm interesse em incentivar os usuários a passar mais tempo em suas plataformas e a se envolver com o conteúdo, e com outros usuários.

Sobre a publicidade, pode-se dizer que a principal fonte de receita das empresas de mídias sociais ainda é a venda de publicidade, embora existam outras como venda de dados e serviços de nuvens etc. Portanto, elas têm interesse em atrair anunciantes para suas plataformas e em oferecer opções de publicidade eficazes e segmentadas. Contudo, isso só é possível através de uma base sólida de usuários, o que acarreta a necessidade de expandir, pois é isso que aumenta o alcance e o potencial de receita. Elas o têm feito por meio de

aquisições de outras empresas (Meta), de lançamento de novas funcionalidades (Tik Tok e Instagram, principalmente) ou ainda de expansão para novos mercados.

Através da diversificação, as empresas de mídias sociais protegem a reputação e a imagem pública. Isso porque esses dois fatores unidos podem afetar a capacidade de atrair usuários e anunciantes de maneira escalável e exponencial. Porém, dentro desse cenário, é importante ponderar qual é considerado, sobretudo, o principal ativo das empresas de mídias sociais da atualidade: os dados dos usuários. As empresas de mídias sociais coletam uma grande quantidade de dados sobre os usuários, incluindo informações pessoais, interesses, comportamentos e preferências. Esses dados são valiosos ao permitirem a segmentação e o direcionamento dos anúncios com mais eficiência, além de fornecerem informações valiosas para outras áreas do negócio, como pesquisa e desenvolvimento de produtos.

Ao sugerir que as mudanças sociais, culturais e históricas são causadas principalmente por avanços tecnológicos e que as inovações tecnológicas têm uma influência determinante sobre a forma como as sociedades evoluem ao longo do tempo, o determinismo tecnológico propõe que as tecnologias são autônomas e independentes dos usuários e que o desenvolvimento tecnológico segue uma trajetória inevitável e determinística.

Nessa corrente, as tecnologias têm um poder intrínseco de moldar as relações sociais, a cultura e a política, e podem mesmo determinar a forma como as pessoas pensam e agem. Algumas versões mais extremas do determinismo tecnológico sugerem que as inovações tecnológicas são a única força capaz de mudar o mundo, enquanto outras versões mais moderadas reconhecem que as tecnologias interagem com outros fatores sociais, políticos e culturais para moldar a sociedade. Como defendem Straubhaar e LaRose (2004, p. 25) baseado no determinismo tecnológico, “[...] no desenvolvimento dos meios de comunicação, novas tecnologias mudam todo o mais [...] o que geralmente pensamos como tecnologia, tal como televisão, na verdade, são complexos arranjos de tecnologia, economia, política e forças sociais”.

De fato, os contextos da tecnologia geralmente são mais importantes que o equipamento em si, principalmente se levado em consideração o fato do impacto das rápidas inovações tecnológicas para o futuro da humanidade. Contudo, é importante um contraponto que não versa sobre a arbitrariedade da tecnologia, no sentido de que também as mudanças sociais são influenciadas por uma série de fatores e que as tecnologias são moldadas pela cultura, pelas relações sociais e pelos interesses políticos e econômicos de cada época.

O quadro a seguir apresenta uma síntese do subcapítulo “Do chumbo ao pixel”, que teve a proposta de mostrar como a inovação provoca mudanças na forma como a sociedade

acessa e compartilha informação; e, ao acompanhar essa evolução, compreender como surgem novas linguagens, novos modos de produzir conteúdo, novas formas de relacionamento entre mídia e sociedade.

Quadro 3 - Do chumbo ao pixel

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	Panorama histórico das tecnologias da comunicação e seu impacto nas formas de produzir e consumir informação.
Rupturas midiáticas	Oralidade. Prensa de Gutenberg. Comunicação elétrica. Internet. Redes sociais digitais.
Autores	Briggs, Burke (2004); Postman (1994); Castells (2021), Straubhaar, LaRose (2004);, Jenkins (2006).
Impactos no jornalismo	Fragmentação das mídias, enfraquecimento das instituições tradicionais, cultura participativa e produção de conteúdo pelo público.
Reflexões críticas	A tecnologia não é neutra, tendo potencial para libertar ou manipular. A personalização e o hipertexto desafiam a função pública da mídia.

Fonte: elaborado pela autora.

No próximo subcapítulo “Bits que dominam o mundo” foram apresentados os principais conceitos que sustentam a compreensão da tecnologia como elemento estruturante da sociedade contemporânea. As redes sociais digitais, a mobilidade dos dispositivos e o papel da interface, principalmente, foram destacados como componentes que reconfiguram os modos de comunicação e os comportamentos. Diante desse cenário, compreender essas bases tecnológicas torna-se essencial para a análise do jornalismo atual, sobretudo quanto às novas formas de inserção profissional e sobre como todas essas transformações afetam diretamente a prática jornalística marcada por instabilidade, fragmentação, precarização e reorganização do trabalho, sobretudo.

2.3 Bits que dominam o mundo

A palavra tecnologia tem origem grega e deriva dos termos "téchnē" (τέχνη), que significa "arte, habilidade" e "logos" (λόγος), que significa "estudo, ciência"; assim seria a técnica e o conjunto de saberes, respectivamente. A palavra foi originalmente usada na Grécia Antiga para se referir ao estudo e aplicação da técnica em atividades como a agricultura, a arquitetura e a guerra. Mais tarde, a palavra "tecnologia" foi adotada pelos romanos, que a usaram para se referir às habilidades práticas necessárias para a produção de bens e serviços. Com o passar do tempo, o termo ganhou um significado mais amplo, passando a ser usado

para descrever o conjunto de conhecimentos, técnicas e processos utilizados para produzir bens e serviços em diversas áreas, como a indústria, a medicina, a informática, dentre outras.

Como palavra relacionada à tecnologia mais adaptada, que gera uma série de transformações no mundo do trabalho há anos, foi “introduzida nos Estados Unidos em 1828”. Esse termo se refere a computadores e ao conjunto de conhecimentos científicos, conforme explicam Briggs e Burke (2004).

[...] Em 1832, o matemático e economista político britânico Charles Babbage (1792-1871) publicou *On the Economy of Machinery and Manufactures* [**Sobre a economia da maquinaria e manufaturas**] e saudou o fato de que o “trabalho de uma centena de artífices agora é feito pelas operações de uma única máquina”. Babbage [...] inventou um computador mecânico, marco histórico descrito como uma “máquina” que – sinal dos tempos – não conseguiu apoio financeiro do governo. (Briggs; Burke, 2004, p. 122, grifo dos autores).

Segundo Pinochet (2014, p. 1), “transformando-se em fusão de arte e ciência, a tecnologia de hoje é definida como conjunto de conhecimentos científicos encomendados, por meio do qual você pode projetar e criar bens e serviços”. A internet e as novas mídias, sobretudo as sociais, estão relacionadas à tecnologia nos dias atuais de forma complementar, isso porque com elas vieram as comunicações de livre demanda, as trocas de informações e diversos recursos disponíveis na rede, como os provedores para organizar a busca de dados, mecanismos próprios de seleção de informação e repositórios populares mundialmente, como o Google e as redes sociais digitais que abriram possibilidades para o compartilhamento de conhecimento.

A tecnologia de informação e comunicação se encaixa na explicação acima. A tecnologia da informação estaria associada aos sistemas de computadores - *hardware*, *software* e *peopleware* - com os incrementos da internet, intranet, extranet, celular, smartphone, tablet, satélite e outros. Já a tecnologia da comunicação a tudo o que necessita de redes de comunicação para troca de mensagens, dados e informações. Essa área da tecnologia abrange uma ampla variedade de equipamentos e sistemas, incluindo computadores, servidores, dispositivos de armazenamento, redes de computadores, softwares e aplicativos, entre outros.

A tecnologia informática é fundamental para a realização de uma série de atividades e processos nas mais diversas áreas, como negócios, educação, saúde, entretenimento, comunicação, dentre outras. Ela tem um impacto significativo na vida das pessoas e das organizações, permitindo a automação de tarefas, a análise de grandes volumes de dados, a

comunicação em tempo real, o acesso a informações em qualquer lugar e a qualquer momento, entre outras possibilidades.

A partir da tecnologia informática e com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação estabelecidas em rede, emerge uma nova forma de organização social e econômica. A sociedade em que vivemos, chamada por Castells (2021) de “sociedade em rede”, é formada por redes de relacionamentos pessoais, pessoal-institucional e institucional-institucional; dispostas em ambientes físico e digital. O que essas redes fazem e como se comportam é publicado na internet e está em outras redes de computadores.

Segundo Castells (2021), a sociedade em rede é caracterizada por uma estrutura social descentralizada, horizontal e globalizada, baseada na conectividade e na interação em rede entre indivíduos, organizações e instituições. Essa nova forma de organização social é impulsionada pela crescente importância das tecnologias de informação e comunicação na vida cotidiana, que permitem uma comunicação instantânea e global entre pessoas e organizações em diferentes partes do mundo.

Na sociedade em rede, a informação é vista como uma força central que molda as relações sociais e econômicas, e a tecnologia é vista como um elemento fundamental para a produção, processamento, distribuição e consumo de informação em todos os setores da sociedade. É caracterizada por uma cultura participativa e colaborativa, em que as pessoas são incentivadas a interagir e contribuir para a produção e compartilhamento de informação e conhecimento. Nela, novos ingressos à indústria da internet têm sido comuns, já que as barreiras são menores do que em outros mercados, como o da indústria de comunicação tradicional, por exemplo.

A indústria da internet é uma área em constante evolução, com ideias inovadoras e disruptivas. Jovens, como a história das grandes empresas de internet já mostrou, com boas ideias e pouco investimento conseguem alavancar o empreendedorismo local e se tornarem os grandes expoentes. São casos como o Facebook, WhatsApp e Instagram do grupo Meta, Youtube e tantas outras startups que dominam cidades, estados, países e continentes, em escala sem fronteiras. Como o Clubhouse, plataforma de rede social baseada em áudio que permite aos usuários criar e participar de salas de bate-papo em tempo real; ou o OnlyFans, uma plataforma de conteúdo adulto que permite aos criadores de conteúdo ganhar dinheiro compartilhando conteúdo exclusivo com seus assinantes. A entrada do Instagram, por exemplo, redefiniu os padrões da fotografia digital, evidenciando a dinâmica de mudança e inovação que impulsiona essa indústria.

Com o avanço, a imagem se torna fundamental, a narrativa totalmente baseada no imagético e a sociedade cada vez mais pautada pelo ícone. Os símbolos se tornaram tão importantes quanto as palavras. As imagens invadiram as telas dos celulares e dos computadores, e a narrativa imagética ganha espaço privilegiado. As pessoas passaram a se expressar por meio de emojis, que transmitem emoções e sentimentos com mais facilidade do que as palavras para algumas faixas etárias e públicos. As empresas investem cada vez mais em logos que se tornam reconhecidos em todo o mundo, tornando-se ícones de suas marcas.

As redes sociais são dominadas por imagens e vídeos curtos, que transmitem mensagens de forma rápida e impactante. Os influenciadores digitais são capazes de construir suas carreiras a partir do uso de imagens e ícones que representam suas marcas pessoais. As empresas investem em campanhas publicitárias baseadas em imagens e vídeos curtos que se tornam virais nas redes sociais. Os músicos, artistas, escrevem suas músicas, constroem suas melodias a partir das premissas estabelecidas pelos algoritmos das redes sociais digitais. Os consumidores são impactados por imagens que transmitem mensagens subliminares e muitas vezes tomam decisões de compra baseadas nelas.

A superficialidade e a falta de profundidade nas relações interpessoais são cada vez mais comuns, assim como a pressão para se adequar aos padrões de beleza representados pelos ícones digitais e, apesar disso, a sociedade continua a se transformar, e os ícones digitais são uma parte importante dessa mudança.

Baseado em imagem, tem-se a interface, a camada de comunicação entre um usuário e um sistema ou dispositivo. É a forma como as pessoas interagem com a tecnologia e como a tecnologia responde às suas ações. É possível perceber o poder e a importância da interface que sugere, guardadas as devidas proporções, a proximidade com o ambiente físico, real. Coloca-se físico e real como palavras sinônimas, embora Pierre Lévy (1996) defenda que pode haver a diferença entre físico e virtual, mas não entre real e virtual.

Neste sentido é possível refletir que talvez a revolução digital não seja a internet e toda a tecnologia a ela incorporada, mas a mobilidade que ela proporciona. A mobilidade exerce novas práticas culturais e sociais, porque cada vez mais propõe aparelhos eletrônicos menores em suas dimensões e maiores em suas funcionalidades. Sugere comunicação instantânea, trabalho remoto, entretenimento sob demanda, novas formas de comércio, dependência da tecnologia, facilidade na disseminação de informações, dentre outras interpretações.

Para o jornalismo e os meios de comunicação, Lev Manovich (2000), discute a mobilidade como um dos aspectos fundamentais dos novos meios de comunicação. Ele argumenta que, ao contrário dos meios de comunicação tradicionais, como o cinema e a

televisão, que são fixos no tempo e no espaço, os novos meios digitais são caracterizados pela mobilidade. Isso significa que as formas de comunicação digital não estão mais ligadas a um local físico específico ou a um tempo determinado. Em vez disso, elas podem ser acessadas e consumidas em diversos dispositivos e contextos, como telefones celulares, laptops e tablets, em qualquer lugar e a qualquer momento. Essa mobilidade oferece novas possibilidades de interação e consumo de mídia, transformando a maneira como nos relacionamos com a informação e com o mundo ao nosso redor. Manovich argumenta que essa mobilidade é uma das características definidoras dos novos meios de comunicação e tem implicações profundas para a cultura e a sociedade contemporâneas.

Na pesquisa desenvolvida por essa pesquisadora no mestrado, foi citada uma situação, que avaliamos pertinente relembrar nesta tese a circunstância em que, em 1943, Thomas John Watson, naquela época presidente da IBM - a principal empresa estadunidense de tecnologia da informação -, afirmou que não havia “nenhuma razão para que alguém queira ter um computador em casa”. A IBM produzia máquinas para cálculo em geral e operações de contabilidade e o seu presidente era considerado um executivo extremamente inovador. Entretanto, a larga experiência e conhecimento em sua área de atuação não foram suficientes para fazê-lo prever o que aconteceria num curto intervalo de tempo, nos setores de desenvolvimento e de produção de tecnologias e de programação computacionais. Briggs e Burke (2004, p. 322) citaram a emblemática frase de Bruce Mazlish, sociólogo e historiador, diretor do programa de humanidades e ciências sociais do Massachusetts Institute of Technology (MIT) dos EUA: “não podemos mais pensar no homem sem uma máquina”.

Embora a história da tecnologia não seja o único elemento na história da mídia da segunda metade do século XX, os computadores devem vir em primeiro lugar de qualquer análise histórica, pois logo que deixaram de serem considerados como simples máquinas de calcular – e isso aconteceu no começo da década de 1970 - eles passaram a fazer com que todos os tipos de serviços, e não somente os de comunicações, tomassem novas formas. (Briggs; Burke, 2004, p. 283).

O que aconteceu com Watson em 1943 acontece constantemente nos dias atuais. “Da noite para o dia” surge uma nova funcionalidade, algo que não imaginávamos ser importante, mas que ganha tanto sentido na vida das pessoas que parece se tornar vital. Complementamos esse exemplo com outro exemplo, que é o do Tik Tok. O aplicativo chinês, mais um sendo usado no Brasil no meio de tantos outros importantes internacionalmente como o Facebook e Instagram – seus concorrentes diretos, em 2022 – foi reconhecido como o aplicativo preferido do brasileiro, vencedor como Melhor Plataforma Social no 5º Prêmio Canaltech (Ciriaco, 2022).

O crescimento do Tik Tok pode ser considerado exponencial, pois segundo dados do relatório Transformação Digital na América Latina, os brasileiros passaram 20 horas semanais no Tik Tok, contra 16 no Instagram – a rede social que ficou em segundo lugar na pesquisa. Os dados mais recentes indicam que, em agosto de 2022, o Brasil teve 61,6 milhões de usuários ativos no Tik Tok, o maior número entre todos os países da região (LADR, 2022); mas incluem apenas usuários com mais de 18 anos, portanto é provável que o número de brasileiros por lá seja ainda maior. Quando, em 2016, o Tik Tok foi criado, o Facebook já tinha 1,86 bilhão de usuários ativos mensais – em 2017, com 13 anos, alcançou 2 bilhões, sendo o primeiro bilhão do Facebook após oito anos. O Instagram chegou a 1 bilhão em oito anos também. Já o Tik Tok, em 2020, superou o Facebook se tornando o app mais baixado do mundo, com apenas quatro anos; em 2021, com cinco anos, atinge a marca de 1 bilhão de usuários ativos mensais e vê, em 2022, pela primeira vez, o Facebook anunciar a perda de usuários ativos diários; vê Instagram, Facebook e Google anunciar mudanças em suas plataformas com ferramentas parecidas e para concorrer diretamente como Tikt ok.

As três plataformas estão na casa dos bilhões de usuários, mas é no Tik Tok, controlado pela chinesa ByteDance, que as pessoas têm passado mais tempo. De acordo com dados da consultoria App Annie, cada usuário passou, em média, 19,6 horas por mês na plataforma em 2021, um crescimento de 6,3 horas por mês em relação a 2020. Usuários do Instagram passaram, em média, 11,2 horas por mês no aplicativo. Houve crescimento de 0,9 hora de uso por mês na comparação com 2020. No caso do Facebook, a alta no tempo de uso foi menor: 0,1 hora a mais em 2021, quando usuários ficaram, em média, 19,6 horas por mês no app (Portal G1, 2022). Quando o assunto é Tik Tok no Brasil, os dados da App Annie (Walliter, 2021) revelam que o Brasil é o país com a maior média de tempo gasto no Tik Tok: os brasileiros passam cerca de 5,4 horas por dia no Tik Tok; são 4,72 milhões de pessoas, sendo o segundo país que mais usa a rede social, perdendo apenas para a China (Walliter, 2021).

A popularidade do Tik Tok pode ser atribuída a vários fatores. Em primeiro lugar, a plataforma é fácil de usar e permite que os usuários criem conteúdo de forma rápida e simples. Em segundo lugar, o Tik Tok é uma fonte de entretenimento e diversão, com vídeos engraçados, desafios e tendências que se espalham rapidamente pela plataforma. Além disso, o algoritmo do Tik Tok é projetado para fornecer conteúdo personalizado para cada usuário, com base em suas preferências e comportamentos de visualização. Isso significa que os usuários podem passar horas assistindo a vídeos sem se cansar, pois o algoritmo sempre apresenta novos vídeos que são do seu interesse. O sucesso do Tik Tok também pode ser

atribuído à sua capacidade de criar comunidades e conectar pessoas de todo o mundo. Os usuários podem seguir outros usuários e se envolver em discussões e desafios, criando um senso de pertencimento à comunidade do Tik Tok.

Com a chegada do Tik Tok na indústria de mídia, aproxima-se também a mudança na forma de consumo de mídia, porque as pessoas assistem agora a vídeos curtos e rápidos na plataforma, sobretudo para os jovens, o que influencia as tendências e comportamentos de grande parte da população mundial. Também evidencia as novas formas de criação de conteúdo, tornando essa atividade mais acessível e fácil para que os usuários possam, potencialmente, alcançar uma grande audiência.

As transformações midiáticas a partir do advento das tecnologias digitais sugerem profundas mudanças na sociedade como um todo, simplesmente pelo fato de que a mídia se tornou mais acessível e onipresente do que nunca, mudando a forma como as pessoas se comunicam, interagem e se informam.

No quadro a seguir, estão organizados os conceitos centrais do subcapítulo “Bits que dominam o mundo”:

Quadro 4 - Bits que dominam o mundo

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	A tecnologia é estruturante na sociedade contemporânea, marcada por sociedade em rede, convergência, mobilidade e imagem como linguagem dominante.
Pilares tecnológicos	TICs, redes, dispositivos móveis, plataformas sociais, IA.
Autores	Castells (2021); Manovich (2000); Pierre Lévy (1996); Briggs, Burke (2004).
Impactos no jornalismo	Multiplataformas, interfaces imagéticas, reorganização do fazer jornalístico, novas formas de consumo e produção.
Reflexões críticas	A narrativa visual domina. A lógica algorítmica redefine a relevância e o conteúdo. A mobilidade transforma o vínculo com o conteúdo.

Fonte: elaborado pela autora.

Diante do apresentado, o próximo subcapítulo “Redes de poder”, ao tratar das redes de poder e das plataformas de mídia social, evidencia como os meios digitais se tornaram além de ferramentas de comunicação, mas estruturas de influência e controle nos fluxos informacionais. Diante desse cenário, compreender o papel dessas redes no ecossistema midiático é fundamental para analisar os efeitos concretos sobre a prática jornalística, especialmente em contextos de crescente dependência tecnológica e fragilização das estruturas tradicionais de trabalho.

2.4 Redes de poder

A transformação digital tem sido um acelerador das mudanças que moldam a sociedade contemporânea. Fato que, ao longo das últimas décadas, fez com que testemunhássemos a revolução nas formas de comunicação e interação, impulsionada pela disseminação e acessibilidade das tecnologias digitais para além de empresa, mas para as pessoas, uso doméstico em si. Essa ubiquidade da mídia digital, ou seja, a permeabilidade, a capacidade de estar em todos os lugares, tem redefinido não apenas os meios pelos quais nos comunicamos e nos informamos, mas também a maneira como percebemos o mundo ao nosso redor. Ou seja, a crescente interconexão proporcionada pela transformação digital está transformando não apenas os padrões de consumo de mídia, mas também os comportamentos sociais e as estruturas institucionais e esse é o principal impacto da tecnologia - como ela impacta as gerações.

Ao ponderar sobre as principais características das sociedades contemporâneas nos últimos anos, destaca-se a forte presença das tecnologias computacionais, aplicativos, ferramentas, funcionalidades e dispositivos digitais, como elementos progressivamente interferentes na maioria das atividades laborais e nas práticas sociais. Como incremento, tem-se a realização da maioria das atuais atividades do dia a dia, com destaque às produtivas, cada vez mais automatizadas e dependentes da disponibilidade de tecnologia informatizada e de inteligência artificial, cujas operações, muitas vezes e cada vez mais, são coordenadas a distância e dependentes de redes para que possam ser executadas.

O objetivo dessa lógica da tecnologia tende a suprir as vulnerabilidades dos seres humanos e, nessa contínua conexão do ser humano com os meios de comunicação e os recursos midiáticos, os meios de comunicação, as relações humanas e as práticas sociais ligadas a elas são responsáveis por uma infinidade de avanços tecnológicos.

Ao refletir sobre os avanços tecnológicos, Martino (2014) explica que a sociedade é a responsável pelas novas formas de mídia. Para ele pode haver avanços tecnológicos, mas o avanço significativo está nas relações humanas e no uso que elas fazem da tecnologia.

Ao tratar de um momento em que atores se estabelecem socialmente em um contexto de valorização do imagético e do tecnológico, pode-se relacionar o discurso proposto pela comunicação baseada em dispositivos como aquele capaz de fomentar a construção de sentidos que, por sua vez, colaboram na construção de uma nova identidade social que sugere rupturas. Conforme Sbardelotto (2018, p. 3), a percepção sobre o processo tecnológico, vista sob o ângulo do surgimento de inovações tecnológicas aplicadas à comunicação, pode ser

colocada em diálogo com o processo social, em que a sociedade se apodera dos usos dos aparatos tecnológicos e os reinventa em novos experienciais, até aqueles que não foram concebidos para aquela finalidade. Sobre esse aspecto, o autor destaca que é “[...] nesse contexto que a palavra ‘mídia’ ganha sentido. Não se trata apenas dos aparatos tecnológicos, mas também das práticas socioculturais por meio desses aparatos, sobre eles e para além deles” (Sbardelotto, 2018, p. 3).

Nesse sentido, pode-se também abordar sobre o pensamento de Hjarvard (2014), que aponta que a lógica da mídia traz dependência à sociedade, já que existe uma integração importante dela nas operações das instituições sociais. Assim, a mídia passa a ocupar um lugar de protagonismo como influenciadora da maneira como as relações e afazeres humanos irão realizar-se nas atividades cotidianas. Da mesma forma, associa Marshall McLuhan (1994) ao tratar os meios de comunicação como extensão do homem, ou seja, que eles são uma espécie de prolongamento das capacidades humanas e que alteram a forma como as pessoas se relacionam e se comportam.

Segundo McLuhan (1994), cada meio de comunicação tem suas próprias características e influencia a maneira como as pessoas pensam e se comunicam. Por exemplo, a imprensa escrita permitiu a disseminação de informações de forma mais rápida e eficiente do que antes, permitindo a criação de comunidades intelectuais mais amplas e permitindo que as pessoas se conectassem com outras que pensam de maneira semelhante. Da mesma forma, o rádio e a televisão transformaram a forma como as pessoas recebem informações, permitindo que notícias e entretenimento chegassem a um grande número de pessoas simultaneamente. A internet e as mídias sociais têm ampliado ainda mais as possibilidades de comunicação, permitindo que as pessoas se conectem em tempo real com outras de todo o mundo.

No entanto, é importante lembrar que esses meios não são neutros, e que eles têm um impacto significativo na maneira como as pessoas pensam e se comportam. Por exemplo, a televisão pode influenciar a opinião pública e moldar as percepções das pessoas sobre eventos e questões importantes. As mídias sociais podem criar bolhas de informação, limitando a exposição das pessoas a diferentes perspectivas e contribuindo para a polarização política.

Dan Gillmor (2006, p. 114) argumenta que as pessoas gostam de ser meios: “nós somos os meios”. Diz que os cidadãos gostam de fazer notícias e que, atualmente, com as tecnologias digitais essa tarefa ficou ainda mais fácil, uma vez que o próprio cenário dos meios é um convite para que o usuário interaja com o conteúdo e construa o seu próprio. A sociedade é tecnológica e a comunicação baseada em dispositivos em uma dinâmica não

orgânica, mas cercada de interesses contextuais comerciais que se tornam mais relevantes que as máquinas. A discussão é importante para que a inocência, sobretudo da audiência, não dê espaço para o alargamento da manipulação, ao mesmo tempo em que ela necessita de critérios e apoio, de educomunicação, de educação para as mídias, para que a imprecisão da informação não seja rotina, mas alicerçada pela produção e divulgação de conteúdos precisos e relevantes para a coletividade.

Abrindo um parêntese, faz-se importante ressaltar que a educação para as mídias no contexto atual é fundamental, sobretudo em uma sociedade cada vez mais conectada e influenciada por diferentes meios de comunicação digitais. É importante que as pessoas aprendam a compreender e a interpretar as informações que recebem, e a forma como recebem, para que possam tomar decisões informadas e responsáveis, baseadas no desenvolvimento de habilidades, como a capacidade de avaliar a confiabilidade das informações, a identificar e evitar a desinformação e a propaganda, a proteger sua privacidade e segurança online e a usar as mídias de forma ética e responsável.

Howkins (2007) revela em suas pesquisas que as pessoas são as novas moedas da economia criativa e, segundo as de Gorbis (2013), essa nova realidade sugere também uma nova forma de avaliar os resultados, não somente tendo os lucros financeiros como base. Assim, surgem novas variáveis como a “análise de comportamento, o engajamento, influência, troca, interatividade, diversão” (Howkins, 2007). Os autores chegam à conclusão de que a “atividade criativa torna-se uma mistura de trabalho e diversão” (Bertoni; Moura, 2016).

A covid-19 fez com que as empresas de todos os segmentos adaptassem operações, fluxos e processos. No entanto, a pandemia está inserida em um contexto anterior, que já vinha alterando o mercado e os negócios: a transformação digital. No setor de mídia não é diferente e as organizações deste setor estão continuamente em transformação, revisitando suas estratégias de negócios, explorando novas oportunidades de crescimento e aportando cada vez mais valor.

Assim como as empresas de mídia estão em transformação, as mídias também estão. Voltando no exemplo do Tik Tok, percebe-se o impacto da rede social digital perante outras, assim como para com as mídias e linguagens utilizadas. Não precisa ser um especialista para perceber as mudanças que as redes sociais digitais vêm implementando, principalmente se tratando dos formatos de publicação que mais têm resultado. A motivação por trás dessas alterações tem nome, dancinhas e resultados impressionantes: o Tik Tok. Mas como um aplicativo de vídeos curtos consegue influenciar gigantes da internet, como o Instagram,

Facebook e Google? A resposta é: mudando para não ficar para trás. Quando o Instagram começou a ser “questionado” por diminuir o alcance de posts de fotos, priorizando vídeos, o executivo Adam Mosseri afirmou que o app não é mais uma plataforma para compartilhar fotos, mas um centro de entretenimento de vídeos. O anúncio da mudança de foco no Instagram foi acompanhado de atualizações para otimizar a experiência em vídeo, como melhorias nos stories, aumento do tempo de duração dos reels e alteração do algoritmo.

Importante ressaltar que muito além de “copiar” o que a concorrência faz, essa mudança no formato de conteúdo vai ao encontro daquilo que o público quer consumir, pelo menos parcela dele, e empurra antigos consumidores a novos hábitos digitais. E se o público quer consumir, as marcas também vão se adaptar em busca de presença e, assim, uma nova mudança sociocultural, econômica, digital e comportamental se apresenta. Como disse Melissa Vogel, CEO da Kantar Ibope: “Neste momento, um dos principais desafios é o da atenção, isto é, como manter esse consumidor extremamente conectado engajado com sua marca, conteúdo ou plataforma” (Toledo, 2021).

Algoritmo é a palavra que se tornou cada vez mais importante nos últimos cinco anos e, especialmente a partir da pandemia, passaram a ser mais questionados. Surgiu uma preocupação maior dos usuários digitais com relação a sua navegabilidade e as sugestões baseadas nessa navegação; também com relação ao cuidado dos dados e privacidade dos usuários; e acelerando o processo de transformação, mas desta vez dos consumidores. Uma das principais preocupações é que os algoritmos podem perpetuar e amplificar preconceitos e discriminações, já que muitos algoritmos são treinados em dados históricos que refletem as desigualdades e vieses existentes na sociedade. Isso pode levar a resultados injustos e discriminatórios em áreas como justiça, emprego e crédito, por exemplo. Além disso, muitos algoritmos são proprietários e secretos, em códigos fechados, o que significa que é difícil entender como eles funcionam e operam, o que pode dificultar a responsabilização de empresas.

Outra preocupação é a possibilidade de manipulação e desinformação por meio de algoritmos em plataformas de mídia social, já que podem e têm sido usados para personalizar o conteúdo que os usuários veem, levando a bolhas de filtro e a uma limitação na exposição a diferentes pontos de vista. Por isso, a sociedade está cada vez mais atenta com o uso de algoritmos e, nessa corrente, é importante a discussão ampla para que haja transparência e responsabilidade no uso das tecnologias, garantindo que os usuários possam tomar decisões informadas e responsáveis sobre sua utilização. A missão do jornalismo em tempos de

algoritmos se torna mais salutar, uma vez que o jornalismo vai contra a bolha justamente por não ser a confirmação do que o outro pensa.

Em termos simples, o algoritmo é uma sequência de instruções usada para resolver um problema ou executar uma tarefa. É um conjunto de etapas precisas e ordenadas que permite a resolução de um determinado problema, seguindo uma sequência lógica de operações. Os algoritmos são usados em diferentes áreas da ciência da computação, incluindo programação, inteligência artificial, ciência de dados e segurança da informação. Eles são utilizados em aplicativos, softwares, sites e sistemas para executar tarefas específicas e automatizar processos. Embora possam parecer abstratos e complexos, são essenciais para muitos aspectos da nossa vida cotidiana, como usar o Google como motor de busca ou o Waze como sistema de tráfego e transporte, para otimizar rotas e reduzir o congestionamento.

Em um dos estudos da Kantar Ibope, o Data Stories divulgado em janeiro de 2021, dez meses após o início da pandemia, revelou dados sobre o aumento do uso das tecnologias durante a pandemia provocada pela covid-19. Segundo o levantamento, a principal faixa etária afetada são os brasileiros acima de 60 anos, que têm feito “atualizações constantes de seus conhecimentos e aumentou o tempo de permanência em redes sociais e na Internet. Além disso, aumentou o consumo de streaming e alterou hábitos de compras” (Kantar, 2021).

Já a edição do Data Stories de março de 2021 revelou que 69% das pessoas em geral acessam a internet por dispositivos móveis e afirmam não viver sem ela no celular. “Mais de oito em cada 10 pessoas acessam a internet através de dispositivos móveis, o que representa 84% dos respondentes. Os números são realmente expressivos: houve aumento de 220% nos últimos 10 anos e 24% da população como usuários exclusivos de aparelhos mobile para conexão.” (Brasil País Digital, 2021). Com consumidores fazendo uso de diferentes tecnologias, conectados à internet, em sua maioria, por dispositivos móveis, a lógica da tecnologia midiática vem sendo renovada instantaneamente à solicitação do consumidor. Assim, as empresas iniciam os seus investimentos no setor – empresas de maneira geral, uma vez que essa lógica altera a forma de convivência.

Um estudo realizado pela Sambatech e pela Samba Digital, apontou que a maior parte das empresas brasileiras (62,5%) deveria investir de 10% a 30% do faturamento total em transformação digital durante 2021. A pesquisa apontou também que 44% das pequenas e médias empresas com rendimento de até R\$10 milhões já estão implementando uma estratégia de transformação digital. Enquanto que apenas 38,9% das companhias com faturamento igual ou acima de R\$1 bilhão estão realizando o mesmo processo (Barros, 2021).

Todas essas mudanças afetam diretamente os trabalhadores, na lógica do trabalho, das

atividades laborais, dos direitos trabalhistas, dos salários etc. Com novos formatos de narrativas e o uso cada vez mais intenso de novas tecnologias aplicadas aos processos já realizados, surgem também novas formas de fazer negócios, de fazer a informação circular, de formar profissionais da área, de contratar esses profissionais, de ofertar serviços e assim por diante. O novo, ao ser visto superficialmente, parece que não altera drasticamente os cenários anteriores, mas na realidade, cada novidade produtiva muda, de modo quase imperceptível no começo de cada ciclo; no decorrer do tempo provoca muitos avanços, mas também gera crises que acabam por transformar avanços tecnológicos e econômicos em retrocessos sociais. O desemprego e a concentração de renda é um efeito negativo recorrente nos períodos de transição tecnológica, econômica e cultural, registrado desde o início da primeira revolução industrial.

São mudanças estruturais e estruturantes, que primeiramente resultam em enxugamento de postos de trabalho e em alargamento de funções laborais, produzindo algumas novas funções, com diversos enquadramentos e reenquadramentos funcionais. É inegável que desde o início da expansão da internet comercial, cada usuário de dispositivos conectados, além de contar com a disponibilidade de uma grande diversidade de tipos de informações para ser acessada com um único equipamento, também pode interagir em tempo real com os profissionais e as mensagens dos meios, além de conseguir participar da produção de alguns conteúdos difundidos. Afinal, o senso comum diz que a mensagem é uma força que tem o poder de transformar pessoas e multidões. São tempos que apresentam novos meios, novas linguagens em novos dispositivos, com novos atores e, sobretudo, novos desafios.

Algumas são as explicações da situação atual do trabalho e da produção e, entre elas, a evolução tecnológica das empresas em função do desenvolvimento das redes de computadores conectivos, que proporcionou a globalização industrial e financeira, que são os principais fatores de consolidação de um modelo cada vez mais capitalista; cada vez mais global e interconectado, o que tem fomentado novas formas de exploração industrial e laboral graças ao trabalho remoto, um contexto produtivo que acentua a interdependência comercial e econômica entre os blocos de países.

Há interação entre pessoas, destas com programas e com a própria máquina; o computador deixa de ser apenas um objeto funcional e ferramenta de trabalho para adquirir um sentido sociocultural. A tecnologia não é somente objetos que podemos adquirir e utilizar na vida cotidiana, ou uma atividade na qual algumas pessoas - ou países - são competentes e outras não. (Castro, 2002, p. 207).

Turkle (1997, p. 31) completa a reflexão abordando a vulnerabilidade social e cultural atrelada à tecnologia: “O computador é um objeto evocativo que leva a que as velhas fronteiras sejam renegociadas”. Sobretudo, através de sua ação, pode modificar o tempo e o espaço, assim como a essência da relação em sociedade, transformando-a em comunidade virtual - definida assim por muitos autores - aqueles cujos agrupamentos humanos estão no ciberespaço.

Castells (2021, p. 35) reforça refletindo que “uma vez que a comunicação eficiente é uma característica fundamental da raça humana, a transformação da comunicação afeta todos os níveis das nossas vidas e, talvez (apenas talvez), leve a mudanças em nossas conexões cerebrais com o tempo”.

Turkle (1997) e Castells (2021) ressaltam a profundidade da transformação engendrada pela tecnologia em nossa teia social e individual. Turkle (1997) lembra da capacidade evocativa dos computadores de redefinir o tempo, o espaço e as fronteiras tradicionais, tecendo uma nova essência para as relações humanas dentro das comunidades virtuais. Castells (2021) amplia essa visão ao sugerir que a transformação na comunicação, intrínseca à natureza humana, pode reconfigurar até mesmo as conexões cerebrais ao longo do tempo. Assim, enquanto cada ser humano vive a revolução digital, confronta-se a dupla face da vulnerabilidade e da reinvenção.

Este quadro sintetiza o conteúdo do subcapítulo “Redes de poder”, que discute o papel das mídias digitais na organização das relações sociais e informacionais.

Quadro 5 - Redes de poder

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	As redes digitais transformam estruturas de poder e formas de controle da informação, redefinindo o papel da mídia.
Dinâmicas em destaque	Algoritmos, bolhas de filtro, mídia como extensão do homem, plataformas como mediadoras da vida social.
Autores	McLuhan (1994); Martino (2014); Gillmor (2006); Howkins (2007); Hjarvard (2014); Sbardelotto (2018); Turkle (1997);
Impactos no jornalismo	Perda de centralidade, manipulação algorítmica, desafios à educação midiática, exigência de novas competências profissionais.
Reflexões críticas	A educação midiática é vital para a cidadania informada. A lógica algorítmica ameaça a diversidade informativa e, por consequência, a democracia.

Fonte: elaborado pela autora.

Este capítulo desenha um panorama das mudanças precipitadas pela era digital e incita à reflexão crítica sobre a capacidade do ser humano de moldar essas transformações de

maneira ética e inclusiva, visando um futuro onde a tecnologia amplie as fronteiras do conhecimento e da interação humana, sem sacrificar a essência do que nos faz humanos. As reflexões apresentadas oferecem subsídio necessário para compreender os desdobramentos da tecnologia sobre o jornalismo. Nos capítulos seguintes, será possível observar como os processos que envolvem plataformização, automação, reorganização produtiva e lógicas algorítmicas se materializam no cotidiano de jornalistas *freelancers* do sexo feminino. A análise dará continuidade às questões aqui discutidas, aprofundando a compreensão sobre o impacto das transformações diretamente nas condições de trabalho do campo jornalístico.

3 O NOVO SOCIAL: PLATAFORMAS, MÍDIAS E IA

Neste terceiro capítulo, vamos aprofundar os estudos sobre o papel das plataformas digitais que, ao mediar quase todos os aspectos da existência social, reconfiguram as estruturas de mercado, práticas de trabalho, identidades culturais dinâmicas de poder, moldando não apenas comportamentos individuais, mas também normas sociais e políticas públicas; e aborda a inteligência artificial dentro desse cenário de evolução constante.

Nota-se que a imersão nas tecnologias digitais têm remodelado não apenas as atividades laborais, mas também as interações sociais e práticas cotidianas dos seres humanos. O surgimento e a consolidação da internet, juntamente com uma gama de dispositivos digitais, abriram caminho para a automação e a execução remota de tarefas, exigindo/impondo a dependência cada vez maior de sistemas informatizados e inteligência artificial.

Esta transformação digital, enraizada na busca por superar as vulnerabilidades humanas, propõe uma reflexão crítica sobre o papel central da tecnologia nas vidas dos seres humanos, já que, à medida que os meios de comunicação se tornam extensões das capacidades humanas, a questão de como estes meios redefinem as relações humanas e influenciam as percepções e comportamentos se torna crucial. A partir da visão de teóricos como McLuhan, percebe-se que cada meio de comunicação, ao alterar as formas de interação e disseminação de informações, contribui para a formação de comunidades mais amplas e conectadas, mas também levanta preocupações sobre seu impacto na opinião pública e na polarização social.

Essa interconexão entre tecnologia e sociedade nos leva ao conceito de plataforma, destacando-se como um tema central e mais ampliado neste capítulo. A plataforma reflete uma mudança paradigmática na forma como conteúdos são consumidos, produzidos e distribuídos, marcando a transição para uma era dominada por plataformas digitais que mediam quase todos os aspectos de nossa existência social e econômica.

Do ponto de vista da plataforma, as plataformas digitais não apenas facilitam a comunicação e o acesso à informação, mas reconfiguram as estruturas de mercado, as práticas de trabalho, as identidades culturais e amplia o debate sobre a automação e a digitalização, colocando em discussão as dinâmicas de poder, os modelos de negócio emergentes e as novas formas de interação social que definem o tecido da sociedade contemporânea. Este apelo contemporâneo por plataformas digitais desafia os limites tradicionais entre o público e o privado, o profissional e o pessoal, incentivando um aprofundamento sobre como a tecnologia

influencia não apenas a economia e o trabalho, mas também a construção da identidade social e cultural na era digital.

Este primeiro subcapítulo evidencia como a plataformização opera não apenas como um novo modelo tecnológico, mas como uma lógica de organização social que impõe desafios aos jornalistas, sobretudo aos *freelancers*, marcados por vínculos frágeis.

3.1 Plataformas que nos cercam

Ao longo da história da internet comercial, a virtualização toma conta de quase todas as rotinas produtivas. No jornalismo, como em outras tantas áreas, a virtualização traz o fantasma da obsolescência humana e do desemprego estrutural. E, ao que parece, não se tem políticas públicas ou iniciativas privadas suficientes para resolver ou, mais realisticamente, amenizar esse que pode cada vez mais ser um problema.

A pandemia e, em especial, o período da quarentena, incentivaram ainda mais a virtualização, por exemplo, no *home office*, um dos símbolos mais realísticos da virtualização. Para os jornalistas, as plataformas converteram-se em um novo espaço: a redação virtual, muito antes da pandemia. E quando a redação, um dos símbolos jornalísticos mais importantes, se torna virtual, transformam-se as relações de trabalho, constituídas por um emaranhado de mensagens trocadas por e-mail, WhatsApp, videoconferência e arquivos na nuvem.

Nesse contexto, faz-se importante a construção de uma agenda de pesquisa na área, porque a continuidade do jornalismo no período pós-industrial passa por compreender seu papel em uma sociedade que se torna, cada vez mais, diversificada, desigual e plataformizada. A esse processo, Grohmann (2020) nomeia de “plataformização do trabalho”. Isso porque a relação dos trabalhadores com as organizações passou a ser mediada por tecnologias, em uma nova lógica de organização do tempo e ambiente de trabalho.

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. (Barros *et al.*, 2021, p. 7).

Os autores argumentam que “apesar de serem um negócio, um empreendimento

comercial, as plataformas se apresentam como mídia, como se fossem meras mediadoras da relação entre seus usuários” (Barros *et al.*, 2021, p.7), sejam eles pessoas ou organizações. Contudo, não é somente sobre mediar, uma vez que sabemos que cada plataforma possui sua lógica, traduzida na sua programação e no seu algoritmo e que esses padrões computacionais ditam padrões comportamentais, processos de trabalho, já que apresentam uma estrutura e caminhos para a navegabilidade rígidos, baseados na obsolescência programada, pilar de modelos de negócios bem-sucedidos pelo mundo inteiro. Ao realizar o acesso, consentir com os termos de privacidade, de uso e política de dados, dentre outros documentos que exigem consentimento para iniciar o uso dessas ferramentas, há o armazenamento de informação e este é o ativo das corporações.

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 (Barros *et al.*, 2021, p. 7).

Ao mesmo tempo em que as plataformas provocam os modelos de negócios jornalísticos, elas se tornam indispensáveis para a circulação da produção jornalística. Isso significa que, para compreender como a plataformização do jornalismo, sobretudo dos profissionais do jornalismo *freelance*, está presente na produção e distribuição de conteúdos jornalísticos, é preciso analisar questões fundamentais técnicas como lógica algorítmica, programação, design, arquitetura da informação e, além disso, questões comportamentais e culturais, como relação de dependências, facilidades e práticas laborais.

Através da premissa da transformação digital, tem-se o advento das plataformas digitais como negócio tecnológico com objetivo de conectar e estabelecer relações de troca. De maneira teórica, as plataformas digitais são infraestruturas digitais baseadas em dados, organizadas por algoritmos e governados por relações de propriedade com normas e valores inscritos em suas arquiteturas, conforme Van Dijck; Poell; De Waal (2018). Cada plataforma tem sua lógica de trabalho humano com diferentes estratégias de obtenção de valor.

O aparecimento e crescimento em volume das plataformas digitais têm sido um marco na história da tecnologia informática e da internet. É inegável que apresentam benefícios para a sociedade, como a facilidade de comunicação e a possibilidade de acesso a uma grande variedade de produtos e serviços “sem sair de casa” ou de onde quer que se esteja, desde que

com acesso à internet; na maioria delas, mas não exclusivamente, uma vez que algumas operam sem essa necessidade em período integral.

As plataformas digitais também ajudaram a impulsionar a economia global, com o surgimento de novos modelos de negócio e a possibilidade de empreendedores chegarem a novos mercados. É evidente que elas mudaram profundamente a forma como as pessoas interagem e realizam suas atividades cotidianas e é provável que continuem a ser uma presença importante no futuro, mesmo com as críticas em relação a questões como privacidade de dados ou monopólio de mercado.

Os estudos de plataforma (D'Andréa, 2018; Helmond, 2015) visam pesquisar as diferentes mediações realizadas pelos serviços online em múltiplas instâncias da vida social. São pesquisas e análises sobre plataformas tecnológicas, como sistemas operacionais, redes sociais, aplicativos de smartphone e outros produtos e serviços digitais que fornecem uma base para outros aplicativos e serviços. São objetos do campo de estudo, uma série de sites e aplicativos, como Facebook, Twitter, YouTube, até Uber e Airbnb, além do Spotify, Tik Tok e outros; assim como arquitetura e design de plataforma, economia e ecossistemas de plataforma, impacto social e político das mesmas.

No campo do jornalismo, as plataformas digitais transformaram significativamente a maneira como as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas. Atualmente, jornalistas e organizações de notícias dependem de plataformas como o Facebook, Instagram, Twitter, Google e outras para alcançar seu público e obter receita. Ampliam o alcance das notícias e ajudam a envolver novos públicos, porém a dependência excessiva das plataformas tem levado à perda de controle sobre a distribuição e a monetização do conteúdo.

Alguns são temas emergentes nesse cenário, como a relação entre as plataformas e as organizações de notícias, incluindo questões de monetização, controle de dados e liberdade de imprensa; ou a influência das plataformas na produção de notícias, incluindo o papel dos algoritmos e outras tecnologias na seleção e classificação de histórias; também a relação entre as plataformas e o público, incluindo questões de engajamento, confiança e diversidade de perspectivas; e a regulamentação das plataformas e seu impacto na liberdade de expressão, bem como questões de privacidade e segurança. O cenário é complexo e suas mudanças são constantes, o que consequentemente dinamiza o mercado e a academia.

Deriva-se das plataformas a noção de plataformização, compreendida como um processo em que as plataformas digitais são inseridas no contexto da sociedade e assumem papel na relação entre pessoas e organizações. A palavra processo é essencial para os estudos sobre plataformização, que tem grandes implicações sociais, políticas e regulatórias, uma vez

que frequentemente lidam com grandes quantidades de dados e informações pessoais, além de apresentarem desafios em relação à privacidade e à segurança dos usuários. As plataformas podem envolver a gestão local ou global de trabalhadores em micro-empregos ou *freelance*/macro-trabalho, com diferentes modos de extração de valor, monitoramento e condições de trabalho. Isso significa, então, por um lado, que a comunicação tem um papel central na produção e circulação das plataformas digitais (Barros *et al.*, 2021, p. 7).

No caso dos jornalistas, as plataformas de trabalho não estão atuando diretamente sobre a mão de obra desta categoria profissional, ou seja, não estão arregimentando trabalhadores freelancer para produzir notícias. Entretanto, há outros tipos de plataformas que estão alterando completamente a forma de difusão e o consumo da notícia que, consequentemente, impactam o trabalho do jornalista. Google, Facebook, WhatsApp, que possibilitam a troca de mensagens instantâneas, se colocam como um dos principais meios pelo qual a população se informa sobre os acontecimentos diários, substituindo os veículos tradicionais de comunicação, como jornal e revista impressos, rádio e TV (Camargo, 2022, p. 1).

Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) esclarecem que os estudos de software feitos por Helmond (2015) foram o início das investigações dessa abordagem e, explicaram e definiram explicitamente a plataformização partir da dimensão computacional das plataformas, em uma estreita demarcação entre infraestrutura das plataformas, com suas histórias e evolução. Já com Nieborg e Helmond (2019) tem-se os estudos da plataforma a partir das mídias sociais, entendida como infraestrutura de dados que hospeda um conjunto variado e em constante evolução de instâncias de novas plataformas. É a partir, principalmente, dessa abordagem e recorte que essa pesquisa se realiza.

Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) propõem três dimensões institucionais da plataformização: A primeira é o desenvolvimento de infraestruturas de dados; a forma como as plataformas digitais se transformam em dados, práticas e processos historicamente não quantificáveis. Processos que ultrapassam os dados demográficos e de perfil, mas são dados e metadados comportamentais, sobretudo; já a segunda engloba mercados e a reorganização das relações econômicas. Plataformas se comportam como agregadores de transações entre usuários finais e uma grande variedade de terceiros; por fim, a terceira envolve as interações dos usuários e a dimensão de governança, ou seja, as plataformas constroem como os usuários finais interagem entre si, com regras e benefícios específicos, por exemplo, na forma de botões - curta, siga, avalie, compre, pague, dentre outras chamadas de ação.

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 (Barros *et al.*, 2021, p. 7).

Neste sentido, as modernas tecnologias chamadas atualmente de plataformas, mais do que serem mediadoras, também são consideradas como meios. Um exemplo são as plataformas de trabalho, como o *Uber* e o *Ifood*, que não apenas mediam a comunicação entre as pessoas/empresas e as plataformas, mas são meios que organizam as atividades de comunicação e trabalho como um todo entre elas e a sociedade. São plataformas que conseguem envolver, de maneira global, sua identidade, a partir da intermediação; e a partir disso, transformar os modelos até então conhecidos e inovar a partir da praticidade, agilidade no recebimento de pedidos por parte das pessoas/empresas, menor tempo de espera e acompanhamento em tempo real do status, por parte do cliente, dentre outras conveniências. Assim, operam na comunicação e na organização do trabalho, e não somente neste último.

A este fenômeno contemporâneo, chama-se de “uberização”. A uberização é recente na economia mundial e se refere à utilização de plataformas digitais para conectar consumidores e prestadores de serviços, criando um mercado de trabalho flexível e sem a necessidade de vínculo empregatício.

O termo “uberização” surgiu a partir do sucesso da empresa Uber, que criou uma plataforma para conectar motoristas e passageiros, tornando o serviço de transporte mais eficiente e acessível. Embora não exista uma única pessoa que tenha lançado o termo “uberização”, ele se tornou amplamente utilizado. A partir do lançamento deste aplicativo, outras empresas criaram plataformas similares para conectar trabalhadores de diferentes setores, como o ifood para entrega de comida, remédio, além das de serviços domésticos, entre outras.

A uberização apresentou impactos significativos para a economia, o mercado de trabalho e a sociedade em geral. Entre os principais desafios estão a regulamentação das plataformas, a proteção social dos trabalhadores que atuam nesse modelo de trabalho e a concorrência com empresas tradicionais.

Outro termo amplamente utilizado é o “appficação”. Esse termo é uma expressão derivada do uso crescente de aplicativos móveis para realizar diversas atividades cotidianas, como compras, pedidos de comida e transportes. A popularização do termo acompanha o aumento do uso de aplicativos móveis na vida cotidiana e no mundo dos negócios. Os aplicativos proporcionam maior comodidade e praticidade aos usuários, além de criar novas oportunidades de negócios para as empresas. No entanto, a appficação, na mesma direção da

uberização, tem a necessidade de regulamentação, da proteção dos dados dos usuários e com uma iminente e possível precarização do trabalho.

A "aplicação" que vem ganhando amplitude está ancorada no uso das lojas de aplicativos da Apple Store e da Google Store. Elas servem de instrumentos de controle sobre quais aplicativos e serviços podem ser ou não disponibilizados para uso.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Locomotiva (IstoÉ, 2021) mostrou que o número de profissionais que recorreram ao uso de aplicativos para obter renda saltou de 13%, em fevereiro de 2020, para 20%, em março de 2021. Significa dizer que um em cada cinco trabalhadores brasileiros já faz parte desse grupo. Ao todo, 32,4 milhões de brasileiros recebem renda por algum aplicativo, sendo que 11,4 milhões entraram neste segmento após o início da pandemia.

O levantamento mostra os quatro aplicativos mais usados por quem busca uma renda: redes sociais, como Facebook e Instagram (34% entre quem usou os apps para renda); apps de conversa, como o Whatsapp (33%); de transporte (28%), como Uber e 99; e de venda online, como Mercado Livre e iFood (26%). As redes sociais e apps de conversa são usados para oferecer os serviços.

De acordo com a pesquisa, as plataformas são a única fonte de renda para 15,7% dos trabalhadores; 15% disseram que os apps representam a maior fonte de renda; e 14,6% afirmaram que metade dos ganhos vem dessa modalidade. Para 30,8%, aplicativos representam a menor parte da renda, e 23,8% usam apps para um trabalho eventual.

Em 2023, pesquisa inédita do IBGE mostrou que Brasil tem 2,1 milhões de trabalhadores por aplicativo e que a jornada é maior e o ganho por hora é até 37% menor em relação aos que prestam o mesmo tipo de serviço fora das plataformas. Estudo também constatou autonomia limitada do trabalhador em relação ao app. Os dados apontam que os trabalhadores plataformizados já representam 2,4% da força de trabalho brasileira. A pesquisa exclui o setor público e os militares, considera apenas os trabalhadores do setor privado, tanto no mercado formal como informal. O levantamento usou dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua), do IBGE, numa cooperação com a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e o Ministério Público do Trabalho (MPT).

Outra palavra central ao tratar de plataformas é a transformação. Um caso recente e que tem gerado uma série de novos estudos é o Tik Tok, como já comentado, e como ele tem transformado o mercado musical do mundo todo. Transformar uma canção em hit nunca foi uma tarefa fácil, mas artistas do mercado fonográfico ganharam um novo aliado com o advento do Tik Tok; ou não, uma vez que é preciso inovar e entender a lógica do app.

Isso porque a plataforma se transformou em um grande estúdio para novos artistas que entendem seu algoritmo e usam os recursos nativos da plataforma para fazer música e divulgá-la. Assim, o usuário consegue criar e desenvolver suas obras dentro de um grande fator exponencial de compartilhamento. Em outras palavras: o usuário cria a obra e ela ganha distribuição de forma rápida e eficaz, o que poderia ser realizado em um *player*⁵ de mercado dentro de várias etapas e em um espaço longo de tempo, a um preço elevado.

Um outro fator relacionado ao Tik Tok são as trends⁶. Viralizar no Tik Tok através de uma trend significa milhões de pessoas fazendo danças, coreografias com a sua música e isso é tudo o que os artistas da atualidade no mercado de capital almejam. Então, o modo como se faz música está mudando para atender aos objetivos dos algoritmos e público do Tik Tok, porque é a partir dessa plataforma que o mercado musical está acontecendo. É a partir dela que os artistas são ou não famosos, são ou não bem vistos, são ou não contratados para novas oportunidades.

Pode-se transpor a mesma análise do Tik Tok para o Spotify e as demais tecnologias fonográficas baseadas em streaming via internet. Spotify é um serviço de streaming de música, podcast e vídeo que foi lançado oficialmente em 7 de outubro de 2008. Popular globalmente, ele é um dos responsáveis pela divulgação de artistas para os espectadores, assim como se transformou em grande influenciador não somente na comunicação de artistas, mas sobretudo com sistemas de classificação e rankings. Com o advento do Spotify, o ouvinte das rádios passa a contar com novos recursos e essa nova lógica atrativa transforma todo o contexto de produção, dispersão e consumo já que, com as plataformas, surgem novos exercícios mentais e, assim, as possibilidades e a sociedade vão se adaptando. A partir dessa adaptação, em um trabalho de desenvolvimento mútuo, as empresas de plataformas vão adequando as suas realidades para a sustentabilidade comercial.

Castells (2003) aborda os modelos de negócios e suas alterações. Cabe, nesta tese, uma análise sobre como essas alterações têm proposto mudanças em diferentes segmentos, e não somente no ramo da música como os principais exemplos citados.

A empresa de rede evoluiu a partir da combinação de várias estratégias de interconexão. Em primeiro lugar, a descentralização interna de grandes corporações, que adotaram estruturas enxutas, horizontais de cooperação e competição, coordenadas em torno de metas estratégicas para a firma como um todo. (Castells, 2003, p. 58).

⁵ Player de mercado significa, no universo corporativo, que é uma empresa/instituição referência em determinado segmento.

⁶ Trend no Tik Tok é a expressão usada para se referir a vídeos que ganham destaque e se tornam uma tendência por serem replicados milhares de vezes no aplicativo.

Neste mesmo sentido de provocação de mudanças em diferentes segmentos, Genes, Craveiro e Proença (2012, p. 178) conceituam sobre a ‘cauda longa’. Para eles, a demanda à mudança de um mercado massificado para um mercado de nichos é cada vez mais horizontal e longa. A cauda longa, enquanto estratégia de mercado que se concentra na oferta de uma grande variedade de produtos e serviços de nicho, em vez de se concentrar em um pequeno número de produtos ou serviços populares, é uma estratégia que possibilita o alcance global das plataformas digitais, que permitem que produtos e serviços de nicho sejam oferecidos a um público global, sem a necessidade de investir em grandes quantidades de estoque ou publicidade.

No final das contas, a ideia da cauda longa é que, embora cada produto ou serviço de nicho possa ter uma base de consumidores relativamente pequena, a soma de todos esses nichos de mercado pode representar uma parcela significativa do mercado total. Em outras palavras, as vendas de produtos ou serviços de nicho podem ser tão lucrativas quanto as vendas de produtos ou serviços populares, mesmo que em uma escala menor.

Assim, tem implicações importantes para as empresas e para os consumidores, permitindo que empresas de pequeno e médio porte tenham a oportunidade de atingir um público global e competir com as grandes empresas em igualdade de condições. Para os consumidores, a cauda longa oferece uma ampla variedade de opções de produtos e serviços que atendem a necessidades específicas, e não apenas as opções mais populares. A cauda longa não é específica do segmento musical, mas seus efeitos são especialmente aparentes neste.

Segundo Anderson (2006, *apud* Côrtes *et al.*, 2008), foram três forças que resultaram nesse alongamento da cauda de demanda: democratização das ferramentas de produção, a democratização da distribuição e a ligação entre oferta e demanda.

Nesta mesma perspectiva, pode-se inserir o jornalismo e seus novos tempos “on Spotify”. Os aplicativos de streaming têm possibilitado aos jornalistas o emprego de técnicas já instituídas na produção jornalística para em uma linguagem mais solta, menos engessada e rígida que a utilizada no jornalismo tradicional (Rodrigues Filho, 2014).

Com o aumento do uso de dispositivos móveis, os consumidores passaram a buscar cada vez mais conteúdo digital, abrindo novas oportunidades para o jornalismo digital e forçando as empresas tradicionais a se adaptarem a essa nova realidade. Principalmente devido a proliferação de notícias falsas e desinformação, os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação à qualidade do jornalismo e à sua capacidade de separar o fato da ficção.

O jornalismo nos aplicativos de streaming tem se expandido nos últimos anos, com o surgimento de plataformas dedicadas exclusivamente a notícias e atualizações em tempo real. Algumas empresas de streaming, como a Netflix, incluem documentários jornalísticos em sua programação, abordando temas como política, meio ambiente, ciência, cultura e entre outros. Esses documentários são produzidos por jornalistas renomados e podem fornecer informações valiosas sobre eventos globais. Além disso, plataformas de streaming de notícias como o Apple News+ e o Amazon News estão ganhando popularidade, oferecendo notícias diárias e conteúdo exclusivo de grandes meios de comunicação do mundo todo. Essas plataformas permitem que os usuários acessem notícias em tempo real em seus dispositivos móveis e fiquem informados sobre os acontecimentos do mundo enquanto estão em movimento.

Em tempos de hiperconectividade e mobilidade digital, o jornalismo tem procurado manter-se ativo nas plataformas em que as pessoas estão, tão logo este atue em favor da sociedade, como afirma Luís (2010, p. 7), “O podcasting, contudo, é importante por sua forma diferenciada de distribuição de conteúdo, que permite alcançar o público não apenas via internet, mas também em dispositivos móveis e por assinaturas de feed RSS8, o que amplia o alcance da mídia podcast”.

Assumindo que as plataformas digitais fazem parte da atualidade, a plataformização do jornalismo ocorre quando organizações e produtores individuais de jornalismo abandonam os métodos tradicionais de produção e distribuição e passam a adotar plataformas digitais, ou seja, a partir da adaptação da lógica de funcionamento do jornalismo à lógica de funcionamento das plataformas.

[...] as próprias empresas jornalísticas - das empresas de renome e credibilidade pública às produtoras de desinformação - passam a enxergar e buscar nessas plataformas uma oportunidade de distribuição e monetização de conteúdo. E, a fim de obter o máximo de retorno dessa aposta, tendem a contar cada vez mais com os serviços infraestruturais das grandes plataformas e a moldar sua produção aos formatos estimulados por elas. (Jurno; D'Andréa, 2020, p. 184).

Curiosamente, no contexto de plataformas digitais como o Google e o Meta, elas assumiram o papel anteriormente desempenhado pelos editores. Neste cenário, até mesmo as empresas de notícias estão, muitas vezes, "perdidas". Isso porque a hospedagem, a distribuição e a monetização não são mais as atividades principais da mídia, mas são compartilhadas com a plataforma. O fato é que essa entrada nas plataformas tem ajudado os veículos de comunicação a atingir um público maior e muitas vezes nunca antes esperado. Contudo, fica difícil e estranho avaliar qual é a vantagem dessa audiência.

Isso porque há consequências negativas para as empresas de comunicação e de jornalismo. Dentre elas, as principais podem ser consideradas a diminuição do valor da marca, a ausência do controle antes somente executado pela empresa de comunicação, a falta de acesso a dados sobre o público e a migração da receita publicitária.

A plataformização do trabalho jornalístico, especialmente na modalidade *freelance*, tem intensificado formas sutis, ou nem tanto, de exploração e vigilância. O jornalista não é apenas produtor de conteúdo, mas também fornecedor de dados para o funcionamento das plataformas, que monitoram seu desempenho, seus hábitos e sua produtividade. Essa lógica, que Trebor Scholz (2013) denomina de “capitalismo de plataforma”, se baseia na extração de valor a partir da atividade imaterial, conectada e gratuita de milhões de trabalhadores e usuários, sem garantias trabalhistas ou participação nos lucros gerados pelos dados que produzem. Segundo o autor, “o valor é gerado pela multidão, mas apropriado por poucos” (Scholz, 2013, p. 5), e isso vale tanto para os consumidores quanto para os produtores de conteúdo nas mídias digitais, incluindo jornalistas *freelancers*.

Daqui a trinta anos, quando enfrentaremos o fim das profissões e mais empregos serão ‘uberizados’, podemos muito bem acordar e imaginar por que não protestamos contra essas mudanças. Podemos sentir remorso por não termos buscado alternativas, mas não podemos mudar o que não entendemos. Portanto, estou perguntando o que significa a ‘economia do compartilhamento’? (Scholz, 2013, p. 5).

Complementando essa visão, Paula Sibilia (2008) ressalta que o atual regime de visibilidade exige uma exposição constante do eu profissional e pessoal nas redes, o que gera uma vigilância subjetiva e um sentimento de autogerenciamento permanente da performance. Como afirma a autora: “Somos ao mesmo tempo vigilantes e vigiados, seduzidos e sedutores, emissores e receptores de olhares e estímulos” (Sibilia, 2008, p. 156). No caso dos *freelancers*, isso se traduz em uma pressão constante por engajamento e adaptabilidade aos critérios das plataformas, mesmo sem vínculos formais ou remuneração estável.

Esse novo cenário configura um ambiente de dependência tecnológica e precarização subjetiva, em que a liberdade aparente do trabalho autônomo convive com a instabilidade estrutural, assim como a extração permanente de dados e a naturalização da auto exploração. A inteligência artificial, nesse contexto, atua como aceleradora desses processos, ao automatizar tarefas e alimentar os sistemas com os próprios dados de quem os opera.

Complementando a crítica ao modelo de exploração vigente nas plataformas digitais, Zuboff (2018) introduz o conceito de capitalismo de vigilância para descrever uma nova ordem econômica baseada na extração massiva e comercialização dos dados comportamentais

dos indivíduos. Segundo a autora, as plataformas não apenas monitoram ações, mas transformam a vida cotidiana em matéria-prima para previsões lucrativas, operando com base na “expropriação” da experiência humana. Nesse sentido, os jornalistas, especialmente *freelancers*, tornam-se produtores de conteúdo e objetos de monitoramento algorítmico, sendo seus hábitos, desempenho, fluxos, lógicas e interações transformados em dados monetizáveis por corporações que operam sob “lógicas opacas e assimétricas”. Tal como no capitalismo de plataforma de Scholz (2013), o modelo de vigilância descrito por Zuboff (2018) amplia a assimetria de poder entre usuários/trabalhadores e plataformas, acentuando o controle automatizado e a subordinação invisível das práticas profissionais às lógicas de rentabilidade algorítmica.

Quando a autora (Zuboff, 2018) cita “lógicas opacas” é porque não se sabe exatamente quais dados são coletados, como são processados, com que finalidade, e para quem são vendidos; não se tem conhecimento da lógica dos algoritmos de distribuição de conteúdo, ranqueamento ou precificação que não são auditáveis; e o usuário ou trabalhador não tem acesso real aos critérios que afetam sua visibilidade ou alcance. Quando ela cita “lógicas assimétricas”, está tratando da desigualdade estrutural entre os que produzem os dados e os que controlam os sistemas, como por exemplo, o jornalista que fornece dados gratuitamente e a plataforma que detém o poder de processamento e monetização.

Faz-se importante reforçar que as plataformas digitais determinam em grande parte o formato da produção de notícias. Com efeito, estas plataformas estimulam o desenvolvimento de formatos de conteúdos específicos e, nesse sentido, ditam padrões gráficos para veículos jornalísticos, assumindo, em suma, o papel editorial. Há também a ocorrência de que a distribuição de conteúdo nas plataformas digitais é algorítmica, ou seja, programação específica baseada no comportamento da audiência que, por sua vez, assume o poder de relevar as informações que são apresentadas ou não, determinando o fluxo das informações. Neste sentido, “O jornalismo com valor cívico - que vigia os detentores do poder ou que fala a estratos menos favorecidos da sociedade - é preterido por um sistema que preza por sua escala” (Kalsing, 2022, p. 36).

Segundo Canavilhas, Rodrigues e Giacomelli (2016, p. 135-136), “há décadas que existem dados cuja interpretação ajuda a traduzir o comportamento do leitor. A novidade é que, se antes os dados eram escassos, hoje são quantitativamente abundantes e qualitativamente precisos”. E, mais do que isso, hoje o profissional consegue compreender quem é o seu público, o que ele quer e o que ele faz com a notícia, então é possível verificar o local do acesso, de onde ele se dá, por qual dispositivo, qual é o tempo de permanência, quais

são os pontos da notícia por que o espectador mais se interessa, qual é o nível de engajamento com a leitura etc. É importante destacar que, dentro desse contexto de plataformização do jornalismo, a audiência se torna uma grande influenciadora da performance das notícias, como um dos indicadores que influenciam nos critérios de noticiabilidade.

Mesquita (2014, p. 72) aborda que esse cenário permite ao jornalista o acesso a uma audiência que pode ser presumida, porque ele vai tendo pistas do que a audiência pensa sobre o assunto e como quer receber de complemento de informação sobre o assunto. Então lança a hipótese de uma audiência potente, de um novo agente que se envolve ou é envolvido nos processos, práticas e rotinas jornalísticas. Esse agente tem a capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de comunicação; e capacidade de amplificação na medida em que ressignifica o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto reverberando nas redes.

Ao pesquisar 29 organizações no Brasil e em Portugal, Torres (2017, p. 33) aponta que os formatos e conteúdos jornalísticos estão cada vez mais condicionados ao monitoramento dos hábitos de consumo no ambiente online. Esse processo é chamado de “mensuração editorial”, um mecanismo organizacional que provoca rupturas e impulsiona mudanças nas rotinas de produção. Ao interferir na seleção, produção e distribuição das notícias, a mensuração editorial estimula o desenvolvimento de novas competências profissionais, voltadas para a interpretação de dados e métricas e para a criação de padrões de análise que dialoguem com a cultura jornalística.

A prática jornalística foi modificada a partir da incorporação das métricas e a implicação é baseada nas “transformações de financiamento que a indústria do jornalismo vem enfrentando nos últimos anos, que levaram a perdas financeiras, fechamento de veículos e de postos de trabalho e relações cada vez mais enxutas” (Torres, 2017, p. 33). Segundo Napoli (2012), a lógica de atrair receita publicitária por meio da audiência funcionava no antigo modelo de negócio, isso porque quanto mais espectadores um veículo de jornalismo tinha, mais alto eram os preços dos espaços destinados à publicidade, até porque os anunciantes eram conquistados a pagar para que sua mensagem chegasse a um grande público, mesmo sem conhecê-lo em profundidade. Essa lógica se tornou infundada na atualidade, uma vez que as novas mídias oferecem detalhamento do perfil do público, além do retorno sobre investimento, conhecido como ROI, um importante indicador de desempenho considerado respeitável para a área administrativa das empresas.

Pode se completar, ainda, que a mudança de interesse nos negócios do Meta, por exemplo, e das plataformas, também pode causar alterações em toda a lógica dos veículos de jornalismo. Nesse sentido, ao fazer uma leitura crítica sobre as plataformas digitais inseridas no jornalismo, fica evidente que elas não são e nunca foram simples intermediárias que distribuem o conteúdo, na verdade nem prometeram isso. Pelo contrário, utilizam os algoritmos para “intermediar” o que as pessoas querem consumir e direcionam o tráfego das pessoas para essas notícias. Assim, as notícias acessadas por plataformas digitais são influenciadas pela plataforma em uma dinâmica de interação mediada por algoritmo entre plataforma - empresa de jornalismo - usuário da plataforma.

Cristofolletti (2019) atenta para dois pontos sobre como o jornalismo deve desconfiar de plataformas como Google e Meta: elas poderiam acentuar sua crise financeira, assim como não filtram a desinformação, então subentende-se que são meios de disseminação de notícias falsas e discursos de ódio.

Nesse sentido e ao longo das transformações do jornalismo, não se pode interpretar que o cenário atual seja uma evolução da profissão. Traçando um paralelo com os motoristas de aplicativo, por exemplo o Uber, tem-se que antes a sociedade tinha uma definição de motorista de táxi diferente da atual. Quando o taxista perde espaço para o motorista de aplicativo, a profissão não evolui, mas muda radicalmente: primeiro ela perde um status de profissão; transforma a ocupação taxista ou auxiliar de taxista que exploravam serviço em um ponto fixo, a um motorista que objetiva uma renda alternativa. Mesmo que muitos motoristas tenham exclusivamente renda obtida pela plataforma, no caso Uber ou por plataformas semelhantes, esses motoristas estão sujeitos a uma realidade diferente por que não contam com estabilidade, não contam com proteção do governo, não são regulamentadas as suas funções, não tem vínculo empregatício, dependem das regras de precificação adotadas pela plataforma, dentre outras situações que vão surgindo ao longo do tempo uma vez que o fator tempo condiciona a modernização do aplicativo, que condiciona as condições de trabalho.

O trabalho mediado por plataformas tanto obedece a lógicas algorítmicas quanto expressa modos de acumulação de riqueza e parte de uma racionalidade que sustenta politicamente o capitalismo. Os algoritmos são, por um lado, parte crucial de novos mecanismos de gerenciamento e controle do trabalho, mas, por outro, não podem ser explicados apenas em volta de si mesmos, sem considerar a imbricação financeirização-dataficação em meio à totalização de uma racionalidade neoliberal empreendedora. (Grohmann, 2020, p. 108).

Diante desse cenário de práticas jornalísticas sendo impactadas pelas plataformas, as mudanças refletem no trabalho, uma vez que os jornalistas passam a ter dependência das plataformas digitais e do seu modelo laboral.

Souza (2022, p. 10) defende que “ao mesmo tempo em que os algoritmos perseguem as possíveis lucratividades do trabalho vivo, eles também potencializam os estranhamentos que se manifestam na cotidianidade, ampliando uma ofensiva do capital contra possíveis formas de resistência”. Para a autora, o mecanismo reinante nesta lógica “coloniza o tempo livre e o transforma em mercadoria”.

É no mínimo desafiador pensar nos valores do jornalismo e no compromisso dos profissionais do jornalismo diante do cenário de complexas transformações e atualizações na área. Nesse sentido, é necessário enfatizar a importância do jornalismo com a verdade e isso significa que, por mais que o jornalista esteja ligado a uma empresa ou a interesses, sua lealdade, clareza e transparência é com a audiência.

Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 42) questionam que no “novo ecossistema, o que novos atores podem fazer, hoje, melhor do que jornalistas no velho modelo? E que papel o jornalista pode desempenhar melhor do que ninguém?”. Os dois questionamentos servem para refletir sobre o papel do jornalismo na atualidade e as respostas não estão prontas, mas buscá-las indicam a esperança, assim como pistas.

A primeira pista/reflexão é que não é possível fazer jornalismo como praticado antigamente, porque as rotinas jornalísticas mudaram e elas permitem que os jornalistas transformem os acontecimentos em novas formas de entrega da mensagem. Uma outra reflexão é dada por Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 43) quando falam sobre a busca pelo conhecimento especializado: o jornalista precisa cada vez mais de conhecimento profundo sobre algo, além do conhecimento sobre as práticas jornalísticas em si.

Diante da maior disponibilidade e da maior qualidade de conhecimentos e comentários de especialistas, a relativa ignorância do jornalismo profissional fica ainda mais patente. Em áreas como economia, ciência, relações internacionais e negócios, a complexidade da informação e a velocidade qual o público deseja recebê-la, já explicada e contextualizada, deixa pouco espaço para o típico generalista. (Anderson; Bell; Shirky, 2013, p. 49).

Uma outra pista/reflexão é dada pelos mesmos autores quando eles falam que os profissionais jornalistas precisam contextualizar “a informação de modo que chegue ao público e nele repercuta” (Anderson; Bell; Shirky, 2013). Nesse sentido, o jornalista não pode mais ser somente o formador de opinião, o intérprete da notícia ou o porta-voz da verdade, mas que para não ser uma peça substituível é preciso estar em um novo nível.

A provocação de Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 42) sobre o novo ecossistema da comunicação, com novos atores — como influenciadores digitais, *creators*, analistas de dados, plataformas automatizadas e até IA — capazes de fazer coisas que o jornalista tradicional, preso ao velho modelo de redação, nem sempre conseguia, envolve entregar conteúdos de maneira rápida, dialogar diretamente com nichos e comunidades, experimentar formatos mais dinâmicos e moldar suas estratégias em tempo real a partir de dados e métricas. Mas isso não significa que o jornalista tenha perdido seu espaço: há tarefas que só ele, com sua formação e olhar crítico, é capaz de desempenhar bem. Cabe ao jornalista a apuração responsável, o compromisso com a verdade e a missão de trazer à tona informações relevantes para o interesse público, filtrando o excesso de ruído e ajudando a sociedade a entender melhor o mundo em que vive. Enquanto os novos agentes dominam a velocidade e a performance digital, o jornalista segue sendo essencial para garantir credibilidade e profundidade ao debate público.

Nesse mesmo pensamento, Pinochet (2014, p. 09) é otimista com relação às novas oportunidades de trabalho que podem ser geradas, dadas às condições favoráveis da revolução digital, baseado nas “[...] formas inéditas de comunicação, de interação e de informação. Novas estruturas e tecnologias, bem como vínculos de trabalho, emergem desses novos mercados”. Ao elevar a eficiência de produtividade, ou criar novas formas de produção, também é possível produzir novos postos de trabalho. O autor aborda o *home office*, ou seja, trabalho em casa, como uma tendência que, pela Consolidação de Leis do Trabalho (CLT) iguala os trabalhadores que exercem suas funções na empresa, em casa ou longe da sede, garantindo os mesmos direitos trabalhistas.

Contudo, essa nova proposta também pode ser entendida como baseada na precarização do trabalho, uma vez que coloca para o trabalhador a responsabilidade perante quase toda a estrutura que precisa para desempenhar suas atividades, como luz, telefone, internet, água, escritório; desconsidera ergonomia e condições mínimas do ambiente de trabalho, uma vez que não exige fiscalização por parte da empresa e não remunera a perda de privacidade; fazendo com que os custos dos escritórios sejam repassados aos trabalhadores. Assim, na prática, o teletrabalho revoga as conquistas obtidas pela longa luta mantida por milhões de trabalhadores, desde o início da Revolução Industrial, para regulamentar as jornadas e as condições de trabalho. Além disso, o trabalho em rede tornou possível a desterritorialização da exploração da mão de obra, ou seja, empresas de qualquer lugar do mundo podem contratar teletrabalhadores de outros países, sem ter nenhuma ou mínima

responsabilidade legal por eles – mas esse assunto vai ser tratado mais a fundo em outro momento da tese.

A plataformização, com sua capacidade de remodelar as interações sociais e os modelos de negócios através de tecnologias digitais, “prepara o caminho” para uma compreensão mais profunda da midiatização - processo, que se refere à ação de divulgar com o auxílio dos meios, ganha novas dimensões à medida que as plataformas digitais se tornam centrais na disseminação de informações e na construção de discursos.

O quadro a seguir apresenta uma síntese das ideias centrais deste subcapítulo “Plataformas que nos cercam”, que discute a lógica da plataformização como um processo que transforma o trabalho comunicacional e as relações sociais.

Quadro 6 – Plataformas que nos cercam

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	Plataformização como lógica estrutural que redefine trabalho, comunicação, jornalismo e sociabilidade.
Termos-chave	Plataformização, uberização, appficação, capitalismo de vigilância, capitalismo de plataforma.
Autores principais	Van Dijck (2018); Poell (2020); De Waal (2020); Grohmann (2020); Barros <i>et al</i> (2021); Zuboff (2018); Sibilia (2008); Anderson (2012); Bell, Shirky (2013); Scholz (2013).
Impactos no jornalismo	Redações virtualizadas, controle algorítmico da produção e da distribuição, desmonetização, dependência das plataformas e vigilância dos profissionais.
Reflexões críticas	As plataformas não apenas intermediam, mas moldam conteúdos, práticas e subjetividades. É urgente discutir regulamentação, transparência algorítmica e condições de trabalho.

Fonte: elaborado pela autora.

No próximo subcapítulo “Mídia que move o mundo”, o conceito de midiatização é explorado para destacar os efeitos no jornalismo.

3.2 Mídia que move o mundo

Quando Manuel Castells (1999) lançou *A Sociedade em Rede*, da trilogia *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, ele explicou que essa sociedade em rede é composta de pessoas, como em um conjunto de “nós” que se relacionam de acordo com os mesmos objetivos e tendo como característica a flexibilidade. De acordo com ele, esse formato de redes é propício ao capitalismo e nele “as três formas de comunicação –

interpessoal, de massa e pessoal de massa – coexistem, interagem e completam-se mutuamente” (Castells, 1999, p. 21).

Com os “nós”, a noção de “público” e “produtor” coexistem em uma linha tênue que pode não mais existir de maneira tão centralizada para cada lado. Isso significa que o “público”, também chamado de audiência, espectador, atualizado para audiência criativa, vivencia um momento coerente a partir do contexto comercial, em que grandes empresas da indústria cultural têm os seus objetivos baseados no comportamento criativo dos emissores+receptores. O que Castells (1999) indica comunga com McLuhan (1994 *apud* Martino, 2014, p. 193) quando o autor defende que as práticas de comunicação

[...] se estruturam em torno do eixo formado pelas mídias disponíveis para o estabelecimento das relações entre pessoas, o que faz da mídia a protagonista dos atos de comunicação, ao redor do qual gravitam os outros elementos, articulando-se conforme a tecnologia de informação disponível no momento.

Ao longo da história, modificações na forma como as pessoas se comunicam resultam em alterações sociais, baseadas nas condições disponíveis de acordo com a mediação de tecnologias existentes no momento. Por isso, McLuhan (1994 *apud* Martino, 2014, p. 193) aborda a ideia de que “a história da humanidade pode ser pensada, de maneira alternativa, como a história da interação entre o indivíduo e a sociedade a partir da mediação da técnica”. Também segundo Martino (2014, p. 199 grifo do autor), “a maneira como os meios de comunicação se articulam com o cotidiano dos indivíduos é uma das principais preocupações da chamada ‘segunda geração’ da Teoria dos Meios”. Isso porque a análise continua sendo sobre a maneira como os meios podem propor alterações e alterar o comportamento das pessoas e suas relações com o próximo. Ao abordar McLuhan e os seus estudos com o contexto atual e de futuro, fica difícil entender quando e como as pesquisas publicadas por ele perderão a atualidade, uma vez que foram feitas em um momento diferente e, mesmo assim, continuam vivas e pertinentes para a análise da realidade.

Para Joshua Meyrowitz (1986 *apud* Martino, 2014) o meio não pode ser reduzido a um apoio para a mensagem, mas ele propõe interferência direta sobre o conteúdo. Uma análise feita por Martino (2014) sobre a Bíblia, e todas as transformações provocadas por ela quando passou de manuscrito para impressa, propõe uma transformação como manuscrito e, quando como impressa, a transformação é diferente.

O mesmo ocorre na atualidade, com o digital no cenário religioso. Sabemos que a pandemia “agravou” um comportamento que já vinha sendo praticado – pedidos de oração feitos pelas plataformas digitais; missa pela televisão mesmo no caso da Igreja Católica

que tem necessidade da comunhão; as *lives* (ao vivo) por plataformas próprias ou pelo Youtube que substituem a presença física; a bíblia que hoje é interpretada, multimidiática, interativa com pessoas de diferentes partes do planeta em um cenário de interpretação multicultural. Por aí vai até onde a imaginação permitir e a programação computacional conseguir recursos para executar. Assim, a definição de mídia não pode ser rebaixada à condição de um mero meio, de um canal que liga dois pontos, privilegiando “as características específicas relacionadas à estrutura física dos meios” (Martino, 2014, p. 200).

Isso conduz à segunda metáfora, a mídia como *linguagem*. Essa perspectiva leva em consideração as características específicas de cada meio de comunicação e procura compreender de que maneira esses elementos constituem uma gramática, ou seja, cada meio tem características exclusivas que interferem diretamente na mensagem. (Martino, 2014, p. 200).

Na terceira metáfora, que entende a mídia como um ambiente, os esforços se baseiam no entendimento sobre como as mídias se inserem no contexto social, das relações. Isso porque as características de cada mídia, como possibilidades de interação, tempos de resposta, por exemplo, “ditam” as regras de como será a comunicação. O WhatsApp no Brasil, assim como as redes sociais digitais, e em outros países do mundo, instalou situações que se tornaram comuns em que é possível estar ausente de um ambiente no qual se está fisicamente, ignorando as pessoas que estão ao redor, por exemplo.

É interessante completar a explicação de Martino (2014) sobre os estudos de Meyrowitz com um exemplo para a citação acima. Pensemos em uma pessoa com um celular na mão, sentada à mesa com outras cinco pessoas para um momento de confraternização em um restaurante. Em um dado momento, ela desbloqueia o celular e começa a conversar por mensagens com uma pessoa que está em outro local – até aí pode ser considerado apenas um deslize de etiqueta. Eis que a pessoa, para conversar em áudio e fazer “render” mais o assunto, coloca o fone de ouvido e inicia um diálogo do qual os demais membros da mesa só escutam a voz de um. Escrito, o fato pode até ser considerado exceção, mas acontece cada vez mais e “nas melhores famílias”, em qualquer ambiente de pessoas que estão fisicamente juntas, enquanto permanecem inteiramente separadas. Além disso, é notável o quanto essa mesma dinâmica, ou algo parecido, acontece dentro dos lares, entre pais, filhos e familiares que não consideram mais o convívio parental na sua inteireza. É o que se denomina na midiatização, nos estudos de Stig Hjarvard (2014), que indica que não se trata do celular, mas de como o ser humano, partindo da sua relação com a mídia, altera as suas práticas.

Midiatização é um conceito que descreve a crescente influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Isso significa que os meios de comunicação - como a imprensa digitalizada, a televisão, o rádio, a internet e as redes sociais - exercem uma influência cada vez maior sobre a forma como as pessoas pensam, agem e se relacionam entre si.

A midiatização afeta todos os aspectos da vida moderna, desde a política e a economia até a cultura e o entretenimento. É uma espécie de processo de transformação da sociedade, em que as mídias se tornam cada vez mais importantes e influentes em todos os aspectos da vida humana. Importante ponderar que não é, necessariamente, algo negativo ou positivo em si mesma, tendo efeitos benéficos ou prejudiciais, dependendo da forma como é utilizada e do contexto em que está inserida. Por exemplo, a midiatização pode permitir uma maior democratização do acesso à informação e ao conhecimento, mas também pode levar a um excesso de informações superficiais e a uma maior polarização política, ou aos bolsões de desinformação.

Sobre esse aspecto, Gomes (2003 *apud* Fausto Neto, 2008, p. 23), falará sobre a referência feita por Marshall McLuhan (1994), abordando que o processo de midiatização insere a sociedade a um posto diferenciado daquilo que se entende por Aldeia Global. Para o autor, a midiatização configura uma proposta de percepção unificada da sociedade, percepção esta que é fruto não só de reflexão, mas de uma prática “glo(tri)balizante”.

Para entender a midiatização como prática presente no cotidiano das pessoas, do ponto de vista também da utilização da mídia por organizações, faz-se necessário, também, entender como as mídias sociais digitais se apresentam como coadjuvantes dessa abertura às mídias protagonizada pelos indivíduos e pelas instituições.

Quando se pretende abordar a questão da midiatização digital, é quase inevitável traçar um paralelo entre algo que é específico: as tecnologias e o processo de digitalização. A tecnologia principalmente em função dos sistemas de programação que os computadores, isolados ou em rede, necessitam para operar. Ela se relaciona com o amplo processo de digitalização e de convergência tecnológica de dados e linguagens, que desencadeou um processo ainda muito mais complexo, que é a informatização e a midiatização da maioria dos espaços, ambientes, atividades e sociabilidades, que são necessários para a produção coletiva da vida humana contemporânea. Essa convergência tecnológica de dados e linguagens é caracterizada por Briggs e Burke (2004, p. 270) como um fenômeno que, desde a década de 1990, aplica o desenvolvimento tecnológico digital na integração de texto, números, imagens, sons e a diversos elementos na mídia.

Conforme ressalta Sbardelotto (2018), é possível perceber uma generalização entre os processos de interação sociotécnica e a comunicação midiática quando é notado que as práticas sociais, quando inseridas dentro da ambientação da internet, aportam para o fenômeno da midiatização. Portanto, essa interface entre o social e a internet encontra nas mídias sociais digitais os protagonistas decisivos, como instituições, grupos e pessoas, que apresentam as suas aptidões comunicacionais em diversos campos do enredo social, inclusive nos ambientes empresariais de produção material, simbólica ou de comércio e finanças.

Continuando, para Sbardelotto (2018, p. 3 grifos do autor), a percepção sobre o processo tecnológico, vista sob o ângulo do surgimento de inovações tecnológicas aplicadas à comunicação, pode ser colocada em diálogo com o processo social, em que a sociedade se apodera dos usos dos aparatos tecnológicos e os reinventa em novos experienciais, até aqueles que não foram concebidos para aquela finalidade. Sobre esse aspecto, o autor destaca que “[...] nesse contexto que a palavra ‘mídia’ ganha sentido. Não se trata apenas dos aparatos tecnológicos, mas também das práticas socioculturais por meio desses aparatos, sobre eles e para além deles”.

E “para além deles” pode completar a análise com o poder simbólico impregnado a partir do surgimento das indústrias da mídia, como descreve Thompson ao explicar o surgimento das primeiras máquinas impressoras como novas bases de poder simbólico:

[...] que permaneceram em relações ambivalentes com as instituições políticas dos estados emergentes, por um lado, e com aquelas instituições religiosas que reivindicavam certa autoridade sobre o exercício do poder simbólico, por outro lado. O advento da indústria gráfica representou o surgimento de novos centros e redes de poder simbólico que geralmente escapavam ao controle da Igreja e do estado, mas que a Igreja e o estado procuraram usar em benefício próprio e, de tempos a tempos, suprimir”. (Thompson, 1998, p. 54).

O poder simbólico é um conceito criado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu para descrever a capacidade de indivíduos ou grupos de impor significados e símbolos como legítimos e, assim, influenciar o comportamento e o pensamento de outros indivíduos ou grupos.

Esse tipo de poder é exercido através da manipulação e controle dos sistemas simbólicos, como a linguagem, as normas culturais, as tradições, as instituições sociais, a mídia e outros meios de comunicação. Esses símbolos e significados tornam-se internalizados pelos indivíduos e, muitas vezes, são aceitos como verdades incontestáveis. Assim, o poder simbólico é capaz de reproduzir as relações de dominação e opressão existentes na sociedade, mantendo e reforçando as hierarquias sociais, políticas e econômicas.

Quando se fala em poder simbólico, tem-se outros poderes, como o estudado nesta tese, que é o poder das plataformas. Um exemplo pode ser a obra de Lutero e o impacto da disseminação dos seus escritos pela Europa a ponto do papado condenar seus documentos. Para a Igreja Católica, este fato em especial da impressão das teses de Lutero faz com que a imprensa tenha contribuído, nestes primeiros momentos da história da evolução dos meios, “para a difusão do protestantismo e a fragmentação da cristandade” (Thompson, 1998, p. 54), mas o fato também apresentou consequências para a cultura europeia.

Refletindo sobre o período de pandemia provocado pela covid-19, em que a interação humana passou, em sua maioria, da face a face para a mediação digital, sem ambiente físico compartilhado, como o poder simbólico do digital tem alterado a cultura atual? Hoje, existem diferentes formas para esse exemplo da comunicação face a face, ainda que o espaço físico não seja o mesmo entre os participantes. O constante desenvolvimento da mídia faz parte de um conjunto complexo de modernizações que acontecem no mundo moderno, podendo ser chamado de globalização através do contexto de escala global e sua interconexão de espaços de diferentes regiões do globo terrestre – esta é a questão central da globalização da comunicação.

Assim como a impressão gerou grande adesão das sociedades, não foi diferente com outras mídias, em especial as atuais mídias digitais, que estão presentes em praticamente tudo o que cada pessoa faz no dia a dia. Atualmente, a sociedade vive uma avalanche de manipulação de informação: informação falsa, distorcida, parcial, provenientes de diferentes meios e distintas linguagens, mas o mesmo padrão. As sociedades estão imersas em um contexto de desinformação, fazendo da mídia um verdadeiro instrumento de manipulação social e dominação cultural. Para Martinez (1999, p. 80), “A função dos meios é influenciar os receptores, e essa influência pode ser maior se o receptor não dispuser da totalidade das ferramentas para sua análise”. O autor completa que “os meios de comunicação não são nem bons nem maus. Simplesmente são o que são, e é preciso formação para conviver com eles”. (Martínez, 1999, p. 87).

Traçando um paralelo da midiaticização com o jornalismo, a partir do surgimento do rádio e, depois, da televisão no século XX, o jornalismo deixou de ser predominantemente escrito e passou a dialogar com a cultura da imagem e do som, que exigiu adaptação das práticas jornalísticas para narrativas mais ágeis, visuais e emocionais, que atendessem à lógica do espetáculo e da instantaneidade. Depois, com a internet, o jornalismo foi sendo cada vez mais pressionado pela lógica do tempo real, impactando também a televisão e o rádio, então a

velocidade passou a ser tão importante quanto a apuração, provocando mudanças nos critérios de noticiabilidade, privilegiando fatos "quentes" e eventos ao vivo.

Na narrativa, as notícias passaram a focar mais em personagens e em elementos dramáticos, contribuindo para um jornalismo mais emocional e menos analítico, que se aproxima de formatos do entretenimento. A partir da ascensão das plataformas digitais e das redes sociais, a midiaticização atinge um novo patamar e as práticas jornalísticas passam a ser condicionadas por métricas de engajamento, algoritmos e formatos das redes, alterando a forma como as pautas são escolhidas e as notícias são divulgadas. O resultado é um jornalismo mais imerso na lógica midiática e cada vez mais adaptado às dinâmicas estatísticas de visibilidade e audiência.

A midiaticização, ao abordar como os meios transformam as práticas sociais e culturais, estabelece uma ponte essencial para o entendimento da próxima grande evolução tecnológica: a inteligência artificial (IA) e inteligência artificial generativa. Este processo não apenas amplia a capacidade de divulgação e o alcance das mensagens, mas também modifica a natureza da informação e da interação humana.

Este quadro sintetiza as principais contribuições do subcapítulo “Mídia que move o mundo”, que aprofunda o conceito de midiaticização e suas consequências na sociedade contemporânea.

Quadro 7 – Mídia que move o mundo

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	A midiaticização molda práticas sociais, culturais e simbólicas. A mídia não é apenas meio, mas linguagem e ambiente.
Metáforas da mídia	Mídia como meio, linguagem e ambiente.
Autores principais	McLuhan (1994); Castells (1999); Martino (2014); Hjarvard (2014); Meyrowitz (1986), Thompson (1998); Sbardelotto (2018); Fausto Neto (2008); Martinez (1999).
Impactos no jornalismo	Da oralidade à cultura da imagem, da escrita à convergência digital. O jornalismo se adapta à lógica do tempo real e às métricas.
Reflexões críticas	A midiaticização contribui tanto para a democratização quanto para a manipulação simbólica. Exige letramento midiático e leitura crítica dos meios.

Fonte: elaborado pela autora.

À medida que adentramos ao subcapítulo dedicado à inteligência artificial “IA: promessas e dilemas do futuro”, enfrentamos questionamentos ainda mais profundos sobre seu impacto na humanidade. A IA, com seu potencial para redefinir os limites do que é

possível em comunicação, introduz provocações sem precedentes. Se a midiatização nos mostra como os meios moldam nossa percepção da realidade, a inteligência artificial promete alterar, de maneira ainda não totalmente compreendida, a própria essência de como essa realidade é construída e experienciada, lançando luz sobre as inúmeras possibilidades e incertezas que acompanham o avanço tecnológico na era contemporânea.

3.3 IA: promessas e dilemas do futuro

Desde a sua criação, a inteligência artificial (IA) tem sido objeto de discussões sobre o seu impacto na sociedade e na humanidade como um todo, inclusive com temor por parte de muitas pessoas. Embora a IA tenha demonstrado potencial incrível em diferentes áreas, ainda não se sabe ao certo quais serão seus impactos no longo prazo e, justamente por isso, alguns acreditam que a IA pode levar à criação de um mundo melhor, enquanto outros a uma série de consequências negativas. Uma das principais preocupações em relação à IA é a sua capacidade de substituir empregos humanos. A preocupação com a segurança e privacidade dos dados fica em segundo plano, uma vez que o cenário da IA é dinâmico e em construção por empresas particulares, principalmente, em uma corrida tecnológica.

Uma preocupação que ronda o cenário da IA recentemente - 2023 e 2024 - sobretudo a generativa, é que ela possa levar a um desequilíbrio de poder. O pensamento é que se a IA se tornar cada vez mais avançada, controlada apenas por uma elite de pessoas ou organizações que detêm o conhecimento e os recursos necessários para desenvolvê-la e mantê-la, terá o potencial de acentuar a desigualdade social e econômica, com poucas pessoas ou empresas controlando a maioria dos recursos e influenciando a sociedade de forma desproporcional, sobretudo sem regulação. O fato atual traz à tona a importância de que seja tomada uma série de medidas para garantir que o desenvolvimento da IA seja conduzido de forma ética e responsável, e que seus benefícios sejam distribuídos de maneira justa e equitativa em favor da humanidade e não de outra forma.

Silva (2024) reflete que ciência e tecnologia estão profundamente vinculadas à vida social e não podem ser compreendidas como fenômenos neutros ou isolados, uma vez que influenciam e são influenciadas por fatores culturais, políticos, econômicos, éticos e ambientais, moldando de forma decisiva o cotidiano. Ao analisar a sociedade digital, destaca os benefícios da conectividade e os problemas decorrentes da desinformação, da polarização, da dependência tecnológica, por levantarem questões éticas, de privacidade, de responsabilidade e sobre o futuro do trabalho. Para Silva (2024), trata-se de um alerta

fundamental, pois o desenvolvimento científico e tecnológico não pode ignorar os impactos que produz.

Circulou nos principais canais de notícia a partir de 30 de março de 2023⁷ uma carta pública assinada por centenas de especialistas e cientistas para interromper o desenvolvimento da inteligência artificial e esta ação provocou um debate entre acadêmicos e leigos. Apesar da carta, publicada no site futureoflife.org, ter sido assinada por pensadores independentes, como o historiador Yuval Noah Hariri, ou o cofundador da Apple, Steve Wozniak, alguns acadêmicos protestaram contra o que consideram uma má interpretação da discussão. Ela também foi assinada por Elon Musk, fundador da gigante dos carros elétricos Tesla, da SpaceX, Neuralink, SolarCity e atual dono do X, antigo Twitter, devido ao que ele chama de "dramática perturbação econômica e política (especialmente para a democracia) que a IA causará". O curioso dessa atitude de Musk é que ele é o vice-presidente da OpenAI, uma organização que, dentre outros produtos, lançou o ChatGpt, um modelo de inteligência artificial que chamou a atenção por suas respostas detalhadas e articuladas, embora a precisão de suas informações tenha sido criticada.

Os signatários da carta questionam: "Devemos permitir que as máquinas inundem nossos canais de informação com propaganda e mentiras? Devemos automatizar todos os trabalhos, incluindo os gratificantes? [...] Devemos nos arriscar a perder o controle da nossa civilização? Essas decisões não devem ser delegadas a líderes tecnológicos não eleitos" (Gaúcha ZH, 2023). A carta é um documento importante que serve pelo menos de alerta para as consequências do crescente da IA em tarefas que antes eram realizadas por seres humanos. É também incoerente para o cenário atual do mundo .

Com o mundo nas mãos de empresas como Google, Meta, Apple, Microsoft e Amazon, o conhecimento global e o poder informacional estão concentrados nas mãos de poucos, sobretudo países. Fato que coloca a América Latina, então o Brasil, como consumidora de informação e fornecedora de dados, acentuando a assimetria estrutural do avanço da IA no mundo, assim como o déficit de capacitação profissional, a falta de infraestrutura ótima de dados, processamento e segurança.

A posição do Brasil de subordinado sendo rico em dados e pobre em soberania algorítmica, traduz o grande desafio também latino-americano, que está na adoção de IA, na educação para a produção de IA que impacta na autonomia. Afinal, não se trata de quem codifica o mundo, mas o que interessa é a interface de quem codifica o mundo e a partir de quais interesses. É mais sobre para que finalidade.

⁷ Disponível em: <https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/>

Se inteligência artificial é uma tecnologia que permite que computadores realizem tarefas que normalmente exigiriam a inteligência humana, como reconhecimento de fala, análise de dados e até mesmo tomada de decisões, o seu avanço para automatizar processos e melhorar a eficiência tem potencial significativo especialmente em áreas como o jornalismo. Barcellos (2019) relata que, em 2018, dois episódios chamaram atenção internacionalmente por desafiar os limites da atuação jornalística diante da inteligência artificial.

O primeiro caso refere-se à apresentação da robô humanoide Erica, desenvolvida com inteligência profunda para simular expressões e comportamentos humanos. Erica foi anunciada como âncora de um programa jornalístico da Nippon Television Network Corporation, no Japão, durante um evento oficial conduzido pelo diretor de operações da emissora, Hiroyuki Fukuda. A repercussão gerada pelo episódio refletiu preocupações com a possibilidade de substituição de jornalistas humanos por máquinas.

No mesmo ano, um segundo caso ganhou destaque a partir da aparição de outro robô apresentador, semelhante a Erica, vinculado à agência oficial de notícias Xinhua, na China. Vestido como um âncora tradicional, o humanoide foi utilizado para apresentar telejornais com textos redigidos por jornalistas humanos da própria agência. Para Barcellos (2019), ambas as experiências, embora simbólicas, sinalizam um novo horizonte no campo jornalístico, no qual a presença de agentes automatizados reconfigura o papel dos profissionais humanos.

É fato que a IA também está sendo usada para apoiar os jornalistas em suas tarefas diárias, como identificar tendências, analisar dados e criar visualizações deles que ajudam a explicar histórias complexas de maneira clara e visual, verificar fatos e detectar desinformação, o que protege a integridade do jornalismo. O que a categoria refuta é “aberração”, por assim dizer, como os dois exemplos acima, que até podem indicar uma afronta ao trabalho realizado por seres humanos.

As ferramentas de IA generativa, como os *bots* e modelos de linguagem como o “famoso” ChatGPT, permitem que redações automatizem a produção de textos simples, como boletins financeiros, resultados esportivos, liberando os jornalistas para se dedicarem a pautas mais complexas e investigativas. Ou então, com mais tempo e com capacidade de produzir mais conteúdo em menor tempo, alocou os jornalistas para alimentar múltiplas plataformas, como site, redes sociais, aplicativos com versões otimizadas das notícias, adaptando-se ao formato de cada canal, também com fundamento na personalização do conteúdo com base em dados do comportamento dos usuários que exige notícias mais direcionadas, onde recebem

conteúdos adaptados aos seus interesses e perfis, tendo a possibilidade de aumentar o engajamento e, ao mesmo tempo, criar de bolhas informacionais.

Mais do que uma ferramenta de apoio, a IA começa a atuar como mediadora das decisões editoriais. Algoritmos decidem quais conteúdos serão entregues a quais públicos, moldando o alcance das matérias e, por consequência, influenciando os critérios de noticiabilidade. Esse processo, chamado de plataformação algorítmica do jornalismo, torna o profissional cada vez mais dependente da lógica das plataformas, como Google, Meta e TikTok. A distribuição deixa de ser um ato controlado pelas redações e passa a depender da visibilidade algorítmica, pautada por métricas como alcance, impressões, taxa de conversão, taxa de rejeição, retenção de usuários, tempo médio por sessão, frequência de retorno ou recorrência, taxa de cliques em relação às impressões especialmente em links, engajamento qualitativo com comentários-compartilhamentos-reações e interações que indicam envolvimento mais profundo do usuário, avaliação qualitativa das reações dos usuários, taxa de crescimento da base de usuários, custo por aquisição, ou seja, quanto custa, em média, conquistar um novo usuário.

Nesse contexto, os jornalistas enfrentam dois grandes desafios: preservar a autonomia editorial e assegurar a integridade da informação. São tantas as funcionalidades, como investigativas, de geração de imagens, gráficos, vídeos para ilustrar histórias, que acaba novamente redefinindo as tarefas dos jornalistas e o seu papel passa a ser mais de atuar em funções analíticas, interpretativas e éticas, assumindo uma postura mais estratégica e menos apenas reprodutora de informação ou operacional. Mas esse é o menor dos problemas, por assim dizer, tendo em vista a ameaça da integridade.

A integridade da informação jornalística em tempos de inteligência artificial constitui um princípio ético e político fundamental para o fortalecimento das democracias. A desinformação, amplificada pelas dinâmicas das redes digitais, tem comprometido cada vez mais a coesão social e enfraquecido a capacidade crítica dos cidadãos. Assim, a tecnologia, marcada por sua ambivalência, pode tanto ampliar o acesso ao conhecimento quanto intensificar distorções informacionais, afetando diretamente a qualidade do debate público. Nesse cenário, a confiança no jornalismo emerge como pilar indispensável não apenas enquanto fonte de informação qualificada, mas como instrumento de mediação cidadã e de sustentação do funcionamento democrático.

Diante da crise de confiança nas instituições, especialmente naquelas historicamente responsáveis por mediar o espaço público como as de jornalismo, impõe-se a necessidade de maior transparência, governança e auditabilidade das plataformas digitais. É urgente que os

algoritmos que influenciam o acesso à informação sejam submetidos a critérios públicos e a princípios éticos. Só assim haverá o fortalecimento de um jornalismo comprometido com a verdade não apenas como demanda profissional, mas como exigência política e democrática, essencial para garantir o direito à informação confiável e a vitalidade de uma esfera pública bem informada.

Um viés de combate à ameaça da “IA abusiva”, vamos dizer assim, ao jornalismo tem sido a adaptação e atualização constantes dos profissionais do jornalismo para o novo cenário e as novas tecnologias, o que envolve a aprendizagem de habilidades de análise de dados, visualização de dados e codificação, e desenvolvimento de novas ferramentas e tecnologias que possam ajudar a melhorar a qualidade do jornalismo. Esta necessidade de adaptação reflete uma tendência histórica do jornalismo, não só brasileiro, em se reinventar diante dos avanços tecnológicos e das mudanças sociais, desde os primeiros periódicos do século XIX até os meios de comunicação digital contemporâneos.

O quadro a seguir reúne os elementos-chave do subcapítulo “IA: promessas e dilemas do futuro”, que analisa o avanço da inteligência artificial e seus impactos ao problematizar o uso da IA tanto como ferramenta de apoio quanto como ameaça à integridade da informação e, por isso, ao exercício jornalístico.

Quadro 8 – IA: promessas e dilemas do futuro

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	A inteligência artificial redefine práticas, profissões e estruturas sociais, com riscos éticos, políticos e profissionais.
Preocupações-chave	Substituição de empregos, concentração de poder, manipulação algorítmica, desinformação, bolhas informacionais.
Autores principais	Silva (2024).
Impactos no jornalismo	IA como ferramenta e ameaça: produz, distribui, mede e molda conteúdo. Redefine papéis, exige novas competências e levanta dilemas éticos.
Reflexões críticas	É urgente pensar regulação, soberania digital, integridade da informação e o papel ético do jornalista diante da automação e da plataformação algorítmica.

Fonte: elaborado pela autora.

Esse capítulo discute as transformações que evidenciam a plataformação, a mediatização e a inteligência artificial reconfigurando o jornalismo em suas formas e práticas, e também mostra como essas novas dinâmicas impõem controle. Nesse contexto, as mulheres jornalistas *freelancers* enfrentam desafios específicos que combinam precarização estrutural da dependência tecnológica e sobrecarga subjetiva. Ao antecipar as análises que serão

aprofundadas nos capítulos seguintes, é possível afirmar que compreender a atuação dessas mulheres no ecossistema digital significa também reconhecer suas estratégias de ação e suas formas de mediação para construção de narrativas próprias para significação dos seus trabalhos, ou seja, modos emergentes de intervir no ambiente informacional e de produzir sentido em meio a estruturas técnicas e simbólicas que têm atuado de maneira impositiva no presente e com potencial para continuar com essa postura hierárquica ao futuro do jornalismo.

4. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO JORNALISMO BRASILEIRO

O quarto capítulo está centrado nos conceitos que envolvem as transformações no jornalismo, especialmente aqueles impulsionados pela crescente demanda por habilidades em tecnologias da informação. A inclusão de um recorte histórico neste capítulo não se dá por acaso: compreender como se deu a integração entre as profissões da comunicação e as tecnologias ao longo do tempo é fundamental para entender a mudança no perfil profissional exigido pelo mercado. Essa trajetória ajuda a explicar como chegamos ao cenário atual, em que a tecnologia já permite a produção de notícias sem intervenção humana, exigindo do jornalista constante adaptação e inovação.

No “Dossiê: o futuro do trabalho”, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Maciente; Rauen; Kubota, 2019), por intermédio do estudo “Tecnologias digitais, habilidades ocupacionais e emprego formal no Brasil entre 2003 e 2017”, concluiu que as “Habilidades em TI experimentaram um crescimento no setor próprio e no setor de informação e comunicação”. Isso porque, com o aumento da digitalização e da automação em muitas indústrias, a demanda por profissionais de TI com habilidades especializadas tem aumentado significativamente. Algumas das habilidades mais procuradas no setor de TI incluem programação de computadores, desenvolvimento de aplicativos móveis, análise de dados, segurança da informação, inteligência artificial e aprendizado de máquina. Ressalta-se que as habilidades em TI também estão se tornando cada vez mais importantes em áreas além das indústrias, como finanças, saúde, educação e manufatura.

Com a crescente importância das habilidades em TI, empresas estão investindo em programas de treinamento e desenvolvimento para seus funcionários para garantir que eles possuam tais capacidades necessárias para competir no mercado de trabalho atual. As instituições educacionais estão expandindo seus programas de TI, aumentando suas vagas, para atender à crescente demanda por profissionais altamente qualificados. Esse movimento tende a continuar no futuro à medida que a tecnologia desempenha um papel cada vez mais presente e real no dia a dia das pessoas e no organograma das empresas.

Também, o Ipea (Castro *et al.*, 2012) realizou o estudo “Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil”. Em seu terceiro e último volume, intitulado “Tendências na comunicação”, a pesquisadora Andrea Ferraz Fernandez (2010), ao abordar as “Tendências Ocupacionais e Profissionais”, revelou que as profissões tradicionais da área da comunicação (Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Radialismo, Relações Públicas, Editoração e

Audiovisual) e suas ocupações têm profissionais de áreas próximas, como Artes, Design, Games e Computação, por exemplo. Isso porque o mercado exige um perfil profissional focado na prática atual e não somente pelo conhecimento adquirido na academia e a computação já está presente.

A variedade das atividades desempenhadas pelos profissionais que atuam no campo de trabalho da comunicação pode constituir uma dificuldade no momento de estabelecer um marco epistemológico para a área, posto que a Ciência da Comunicação assim como suas profissões possuem natureza mutante e se relacionam e se intercambiam, em maior ou menor grau, com outros campos do conhecimento. (Fernandez, 2010, p. 65).

A pesquisa ainda revelou quais são as profissões emergentes ligadas à comunicação, e constatou que elas estão inteiramente ligadas à área de tecnologia. Redes sociais digitais como Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn, plataformas como Google se tornaram os grandes publicadores do mundo, competindo no mercado com as empresas tradicionais de jornalismo, com anos de existência, processos consolidados de produção de informação e responsabilidade inegável perante a formação do cidadão em informação e comunicação. Ao se curvar às lógicas digitais, as publicações jornalísticas em redes sociais podem alcançar maior número de pessoas, mas isso não garante lucratividade para as empresas tradicionais de jornalismo.

Assim, um dado, agora considerado fonte primária, não mais vira notícia por ser, na cultura do jornalista, interessante e pertinente para o momento ou em consonância com a linha editorial do veículo de comunicação, mas por, estatisticamente, ser representativo ao ponto de ser relevante ao interesse do público conforme lógica estatística do universo digital. Com fontes multiplicadas mundialmente, a apuração do fato por parte de jornalistas se vê carente de novos critérios e processos tecnológicos, inclusive a fim de garantir a confiabilidade no fato. É o que Bruns (2011) descreve como *gatewatcher*, sendo que a prática do *gatewatching* é definida como uma forma de seleção de notícias a partir do interesse da audiência pelo consumo, a partir da observação e acompanhamento, pelo jornalista, das interações da audiência com as notícias, em comentários e postagens, por exemplo.

Diferente do conceito de *gatekeeping*, que tradicionalmente se refere à seleção e filtragem de notícias pelos jornalistas, o *gatewatching* envolve uma abordagem mais colaborativa, em que o público também participa do processo de coleta e disseminação de informações. O termo *gatewatching* vem da combinação das palavras "gate" (portão) e "watching" (observando), e tem como base a ideia de que a informação é uma espécie de "portão" que precisa ser vigiado e monitorado constantemente, de forma a garantir que os

cidadãos tenham acesso a informações confiáveis e relevantes. O *gatewatching* pode ser realizado por jornalistas, mas também por cidadãos comuns que utilizam as redes sociais e outras plataformas para compartilhar informações e notícias de interesse público.

O *gatekeeper* não desaparece das atividades dos profissionais do jornalismo e convive com o *gatewatcher*, fazendo com que o jornalista acumule tarefas. Assim, ele continua selecionando notícias, inclusive com suporte de dados dos computadores, mas também em sintonia com as preferências da audiência.

O uso de softwares para medir o comportamento dos leitores em sites de jornais tem transformado os significados e as práticas do jornalismo, uma vez que modifica fluxos, altera rotinas e aciona questionamentos sobre valores fundamentais do jornalismo, como decidir o que é notícia e/ou o que merece ser destacado.

Importante ponderar que o *feedback* do público e a mensuração da audiência de cada notícia não é algo novo no jornalismo nem uma questão atual, somente intensificada pelo uso de tecnologias de informação e comunicação. Essa prática já existe há décadas, mesmo antes da popularização da internet e das ferramentas digitais que permitem uma coleta mais precisa e automatizada de dados. No passado não tão distante, os jornalistas e editores costumavam medir a popularidade de seus conteúdos por meio de pesquisas de opinião, enquetes, cartas dos leitores e outras formas de interação com o público. Alguns jornais até mesmo utilizavam tecnologias analógicas, como contadores manuais, para medir a circulação e distribuição de suas publicações.

O que muda atualmente é a abundância e a qualidade dos dados dessa mensuração, que não só avaliam a navegabilidade dos usuários de determinado site ou plataforma, mas também têm indicadores de comportamento da audiência. Com o advento da internet e das redes sociais, o feedback do público e a mensuração da audiência de cada notícia tornaram-se mais fáceis e precisos. As ferramentas digitais permitem que os jornalistas e editores acompanhem em tempo real a popularidade de seus conteúdos, além de coletar dados mais precisos sobre o comportamento dos leitores, como o tempo de permanência em cada página, as taxas de rejeição, os cliques e compartilhamentos, entre outros indicadores.

E por falar em comportamento, é importante também refletir não somente o que acontece isoladamente no jornalismo, mas também sobre o que acontece na sociedade como um todo. Além disso, é conveniente tentar entender as profundas transformações da contemporaneidade, que está imersa em um amplo processo de plataformização.

Ao mesmo tempo, com maior volume de informação, surge a necessidade de guiar a audiência a encontrar as matérias postadas pelos jornalistas. Isso acaba fazendo com que o

profissional tenha, também, que se preocupar, no momento da produção da matéria, em como mobilizar a audiência para consumi-la, afirma Barsotti (2014).

Posto isso, Carreira (2017) nomeia o momento atual como o Quinto Jornalismo, em continuidade aos estudos de Ciro Marcondes Filho (2009). Para a autora, que delimita a fase a partir de 2010:

No final da primeira década do século atual foram diluídas as fronteiras entre Jornalismo, Ciência da Computação e Inteligência Artificial a partir do desenvolvimento de algoritmos que possibilitaram algo impensado até então: a eliminação da necessidade da presença humana para apurar, analisar, redigir e distribuir alguns tipos de notícia. Argumentamos, nessa dissertação, que, apesar da permanência de algumas características do Ciberjornalismo, esta ruptura é tão drástica que justifica a defesa de uma nova fase, aqui denominada de Quinto Jornalismo. Neste novo período, outras inovações tecnológicas (como Realidade Aumentada e Realidade Virtual) podem alterar a forma de o jornalista fazer matérias, a estrutura do conteúdo e das organizações, assim como as relações com todos os públicos envolvidos no ecossistema jornalístico. (Carreira, 2017, p. 94).

No Quinto Jornalismo os jornalistas não mais enfrentam “[...] a concorrência de outros atores no processo de produção da notícia” (Carreira, 2017, p. 97), mas a concorrência é com as máquinas. Afinal, o que antes era feito exclusivamente pelo ser humano passa a, em alta velocidade e sem interrupções, ser feito por computadores dotados de algoritmos capazes de desmembrar uma mesma história em incontáveis direcionamentos de acordo com a preferência do consumidor da notícia, em uma espécie de notícia feita sob demanda. Assim, o software ocupa tarefas antes então somente executadas pelo jornalista, como a produção da notícia. A tecnologia é usada para enfrentar a crise causada também pela tecnologia.

Os novos arranjos produtivos do jornalista são uma resposta às mudanças tecnológicas e às transformações no mercado de trabalho no setor jornalístico. Como o jornalismo *freelance*, uma forma de trabalho autônomo em que o jornalista trabalha de forma independente, vendendo seus serviços para diferentes empresas e clientes.

Tendo como embasamento os novos arranjos produtivos do jornalista, pautado no trabalho criativo e adaptado ao novo contexto da notícia na internet, há sintomas de que o profissional é extremamente necessário e, imerso na constante de notícias falsas, mais importante do que em períodos anteriores e de mínima estabilidade. Contudo, é necessário pontuar novamente que, na realidade do século XXI, a profissão de jornalista assume novas responsabilidades; ganha novos modelos; deixa de lado posições e posicionamentos consolidados, e se abre para verdades que não são mais absolutas.

O jornalismo, ao passar por essa mudança estrutural com a chegada da internet, com a crise generalizada das empresas de comunicação e as plataformas que alteram o modo como o

jornalismo é praticado, também sente as mudanças conjunturais que afetam aspectos específicos da prática social. Neste contexto, poderia ser comum o questionamento: por que o jornalismo é necessário no século XXI, enquanto atividade informativa e de comunicação?

Em um mundo cada vez mais complexo e interconectado, o jornalismo como campo profissional e área de atuação tem o papel de investigar e denunciar abusos de poder, desigualdades sociais, injustiças e violações de direitos humanos, sobretudo, mas também de contribuir para a formação de uma opinião pública informada e consciente, capaz de participar de debates e decisões importantes para a sociedade em todas as esferas. É preciso educar o mercado. Esse compromisso ético com a pluralidade, com a qualidade da informação e com o interesse público é o que deveria guiar as práticas jornalísticas. Contudo, ao longo da história, esse ideal nem sempre foi alcançado, a começar durante o século XX com o chamado jornalismo industrial, que se comporta como uma fábrica de produzir notícias em grande escala, de forma padronizada e homogênea, muitas vezes ignorando a diversidade de públicos e as especificidades culturais e sociais. A partir de um modelo baseado na eficiência, lucro e audiência acima de tudo, supera a missão crítica do jornalismo ao reduzir a profundidade das narrativas e priorizar formatos voltados ao consumo rápido que norteiam as vendas.

O subcapítulo “A lógica da quantidade sobre a qualidade” analisa o modelo de jornalismo industrial, dominante durante o século XX, que consolidou práticas baseadas na padronização e subordinação do conteúdo às exigências do mercado. O objetivo desta seção é compreender como esse modelo que é fortemente influenciado pelo Taylorismo e pela lógica fabril e como ele moldou o fazer jornalístico, afastando-o do ideal de serviço público e aproximando-o de um sistema de produção em massa.

4.1 A lógica da quantidade sobre a qualidade

Segundo Nelson Traquina (2005, p. 34), “o jornalismo industrial é aquele que se comporta como uma fábrica, produzindo notícias em massa, padronizadas e homogêneas, sem levar em consideração a diversidade de públicos e de interesses da sociedade”. E complementa: “[...] é aquele que obedece às regras do mercado e ao modelo econômico, tornando-se um produto a ser vendido para a audiência, em vez de ser um serviço prestado para a cidadania” (Traquina, 2005, p. 34).

A principal característica do jornalismo industrial foi o condicionamento do conteúdo editorial à lógica capitalista de produção das empresas de comunicação. O período foi marcado pela organização das atividades em que a informação é a mercadoria com alto valor

de troca. Nesse sentido, entendendo a informação como mercadoria, é preciso que ela chegue cada vez mais rápido e precisa ao cliente - ou seja, ao espectador - e aí existe um esforço cada vez maior de fazer com que essa notícia seja leve e agradável para satisfazer o consumidor.

Foi nesse momento que os textos passaram a ser construídos no formato de pirâmide invertida, tendo como critérios jornalísticos principais a imparcialidade, a objetividade e a neutralidade do conteúdo. O Brasil copiava o modelo norte americano orientado ao fático. Neste período, o ideal romântico do jornalismo como que se envolve em pautas e agenda em prol do público dá espaço a um trabalhador membro de um sistema de produção no modelo de Taylorismo⁸.

As ideias de Traquina (2005) coincidem com as de Sodré (2016, p. 52), que argumenta que "o jornalismo industrial é o produto da convergência entre as grandes corporações de mídia e as lógicas do mercado, que resultam na uniformização e na padronização da informação". Posto isto, entende-se que o tema tem grande importância para a sociedade, pois a cobertura jornalística apresenta impacto significativo na forma como o público percebe as empresas e sua atuação. A mídia é um dos principais canais de informação para a sociedade, e a sua influência é significativa na construção da opinião pública e tomada de decisão. Portanto, compreender como as empresas usam a mídia é fundamental para entender como a sociedade forma suas opiniões sobre os negócios e como isso afeta a democracia.

A crescente influência da indústria na mídia tem implicações significativas para o jornalismo como profissão e para a liberdade de imprensa. As empresas têm o poder de moldar a agenda pública e a cobertura jornalística em torno de seus interesses, o que compromete a integridade do jornalismo e a capacidade da imprensa de servir ao interesse público. Assim, é importante investigar como essas práticas afetam a independência e a integridade da mídia, além do papel do jornalismo na sociedade.

O idealismo do jornalismo é baseado na crença de que o jornalismo deve atuar como um defensor do público, buscando e investigando questões de interesse público e expondo a verdade. Nesse modelo, os jornalistas têm autonomia para decidir quais pautas são importantes e como elas devem ser abordadas, sem a interferência direta das empresas ou de outras entidades.

No entanto, com o aumento da influência das empresas na produção de notícias a partir desse período, esse modelo idealizado do jornalismo acaba sendo cada vez mais desafiado. As empresas passam a utilizar técnicas e estratégias para influenciar a mídia e

⁸ Sistema que se difundiu no século XX, caracterizado pelo foco nas tarefas para tornar a operação mais eficiente.

moldar a cobertura jornalística em torno de seus interesses. O resultado é um modelo de jornalismo industrial que é mais semelhante a um sistema de produção do que a uma atividade autônoma e autodeterminada.

O modelo de jornalismo industrial é fortemente influenciado pelo modelo de Taylorismo, que surgiu na era industrial no início do século XX - baseado na divisão do trabalho, na especialização e na padronização das tarefas. Essa abordagem visa maximizar a eficiência e a produtividade, reduzindo custos e aumentando os lucros, uma vez que o foco é a padronização das tarefas, da divisão do trabalho e da utilização de processos padronizados e fluxos de trabalho.

Os jornalistas são tratados como trabalhadores em uma linha de produção, cada um com uma tarefa específica a cumprir. A autonomia e a independência do jornalista são reduzidas, e a decisão sobre quais pautas devem ser abordadas e como elas devem ser apresentadas é tomada por editores e executivos das empresas de mídia. Essa abordagem levou e leva a cobertura jornalística mais focada nos interesses comerciais das empresas do que nas necessidades do público.

É no século XX que o jornalismo brasileiro se estabelece como empresa e passa a ser tratado como negócio lucrativo. Deixa de ser um gênero e um tipo de publicação político-literário de cunho opinativo e passa a ser informativo. Nesse mesmo período é criada, em 1908, a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), reforçando e deslanchando a profissionalização do jornalista.

A ABI, uma entidade que tinha como objetivo principal defender os interesses dos profissionais do jornalismo e da liberdade de imprensa no Brasil foi um marco importante para a profissionalização do jornalismo no país, já que a entidade estabeleceu padrões éticos e profissionais para a prática do jornalismo, além de promover a formação e o aperfeiçoamento dos profissionais da área.

A criação da ABI também foi importante para a consolidação do jornalismo como uma atividade profissional reconhecida e valorizada pela sociedade brasileira, já que a entidade defendia a valorização dos profissionais do jornalismo e a melhoria das condições de trabalho na imprensa. Ao longo dos anos, a instituição se consolidou como uma das principais entidades representativas do jornalismo brasileiro, tendo papel importante na defesa da liberdade de imprensa e na luta por melhores condições de trabalho para os profissionais da área.

A partir da Revolução de 1930 liderada por Getúlio Vargas, medidas são tomadas para consolidar o seu governo nacionalista e populista. Vargas impôs maior controle aos meios de

comunicação, enquanto estimulou o mercado publicitário e o financiamento dos veículos. Ao mesmo tempo, o governo investia no progresso dos meios de comunicação.

Até entrar em cena Assis Chateaubriand, o jornalista e empresário de comunicação mais representativo durante todo o século XX, que criou os Diários Associados e implantou no Brasil a mentalidade de jornalismo-empresa. Ele investiu em parques gráficos para produzir jornais e revistas informativas, como a pioneira Cruzeiro, e buscou novas formas de divulgação publicitária. Além disso, foi pioneiro na instalação de redes de emissoras de rádio e também de televisão, ao inaugurar a TV Tupi, ainda no início da década de 1950.

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento econômico garantia os avanços tecnológicos dos veículos de comunicação e do jornalismo comercial, o que impulsionou o estabelecimento dos primeiros cursos universitários de jornalismo. O autoritarismo nos meios de comunicação brasileiros só terminou em 1985, com o presidente Tancredo Neves e, pouco tempo depois, a partir de 1990, a internet inicia seu ciclo de popularização no país, como descreveram Briggs e Burke (2004, p. 310): “o grande avanço aconteceu entre setembro de 1993 e março de 1994, quando uma rede até então dedicada à pesquisa acadêmica se tornou a rede das redes, aberta a todos”. É neste momento em que se iniciam os primeiros passos do jornalismo pós-industrial.

No Brasil, o jornalismo industrial também sofreu impactos específicos ao longo do século XX. Durante a Ditadura Militar (1964–1985), houve censura direta e repressão à imprensa, o que gerou o início de veículos alternativos, como O Pasquim e o Movimento. Após a redemocratização, a Constituição de 1988 passou a garantir a liberdade de imprensa, estimulando o fortalecimento das redações. Já na virada para o século XXI, com a emergência de portais digitais como UOL e G1, e mais recentemente com veículos independentes como Nexô, Agência Pública e Congresso em Foco, o ecossistema jornalístico brasileiro passou por nova reconfiguração. Essa trajetória demonstra que o Brasil viveu ciclos intensos de transformação jornalística, tanto estruturais quanto tecnológicos, que dialogam com os modelos globais, mas com características muito particulares. Anderson, Bell e Shirky (2013) explicam que o jornalismo industrial migra para o modelo pós-industrial – com a passagem do século XX para XXI, e para se adaptar ao novo ambiente midiático, a profissão precisa ter novas estruturas organizacionais, táticas atualizadas e reformular sua auto concepção, tema que será detalhado no subcapítulo seguinte.

O quadro a seguir sintetiza as ideias centrais deste subcapítulo “A lógica da quantidade sobre a qualidade”, que examina o modelo de jornalismo industrial e suas implicações e impactos para a autonomia dos profissionais do jornalismo e para a qualidade da informação

oferecida ao público, estabelecendo as bases críticas para pensar as transformações do jornalismo na era pós-industrial.

Quadro 9 – A lógica da quantidade sobre a qualidade

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	O jornalismo industrial operava como fábrica de notícias: padronizado, voltado ao lucro e à audiência, não à cidadania.
Modelos históricos	Taylorismo aplicado ao jornalismo; padronização da notícia (pirâmide invertida); influência do modelo norte-americano.
Autores	Traquina (2005); Sodré (2016); Anderson, Bell e Shirky (2013); Briggs, Burke (2004).
Impactos no jornalismo	Redução da autonomia profissional; substituição do ideal de serviço público pelo imperativo mercadológico; jornalismo como produto.
Marcos históricos	ABI (1908), governo Vargas, era Chateaubriand, surgimento dos cursos de jornalismo, popularização da internet nos anos 1990.
Reflexões críticas	A busca por eficiência atrapalhou a qualidade da informação; o jornalismo tornou-se comercial e menos crítico.

Fonte: elaborado pela autora.

Já o subcapítulo “Além das fábricas de notícia” aprofunda a transição para o jornalismo pós-industrial, que se desenvolve a partir da virada do século XXI. O objetivo desta seção é envolver as novas dinâmicas produtivas que emergem com a conectividade em rede e o uso intensivo de plataformas digitais. O texto aborda os efeitos desse novo cenário sobre as formas de trabalho, os modelos de negócio, própria identidade da profissão, destacando o aumento da precarização, a multiplicação de tarefas, a necessidade constante de reinvenção especialmente no caso de jornalistas *freelancers*, e aponta para as possibilidades de ampliação de vozes e de inovação narrativa.

4.2 Além das fábricas de notícia

No término do século XX, apresenta-se um novo ambiente que influencia e altera a forma como os conteúdos são produzidos e consumidos na sociedade. Esse período é chamado de jornalismo pós-industrial, tratado como uma abordagem do jornalismo que se concentra em como a tecnologia está mudando a forma como as notícias são produzidas, disseminadas e consumidas. A era pós-industrial é caracterizada pela digitalização e automação da produção, bem como pelo aumento da flexibilidade e mobilidade no trabalho. O

jornalismo pós-industrial utiliza as tecnologias digitais e as redes sociais também digitais para fornecer notícias em tempo real e personalizadas para o público.

Uma das principais características do jornalismo pós-industrial é a sua ênfase na colaboração entre os jornalistas e o público. Os jornalistas utilizam as redes sociais digitais para se conectar com a audiência, receber feedbacks e ideias, bem como para distribuir as notícias. Conforme explica Anderson (2012, p. 14), "o jornalismo pós-industrial permitiu o surgimento de novas vozes e narrativas na mídia, possibilitando que grupos antes marginalizados ganhassem visibilidade e poder de influência na sociedade". Além disso, o jornalismo pós-industrial também é caracterizado por uma maior ênfase na produção de conteúdo multimídia, incluindo vídeos, podcasts e infográficos interativos, assim como todo tipo de ideia que a programação computacional possa colocar em prática.

O termo jornalismo pós-industrial foi empregado de maneira original pelo jornalista Doc Searls (2001 *apud* Anderson; Bell; Shirky, 2013), ao sugerir que "jornalismo que já não é organizado segundo as regras da proximidade do maquinário de produção". Isso porque naquela época a lógica que reinava nas redações era de que o jornalista tinha que estar perto das máquinas que faziam a reprodução dos textos. O jornalista da atualidade tem acesso a muito mais informações do que antes, existem plataformas e o movimento social envolto no tema transparência e existem também muito mais maneiras de fazer com que o trabalho jornalístico chegue aos espectadores; e tudo isso faz com que o público tenha novas formas de contato e absorção de notícias. (Anderson; Bell; Shirky, 2013, p. 37-38).

Dentre os desafios mais importantes para a fase do jornalismo pós-industrial estão a necessidade de estabelecer altos padrões de ética e qualidade; a ameaça constante e cada vez mais "profissionalizada" de desinformação; os modelos de negócios tradicionais e até inovadores, mas insustentáveis: o surgimento de novas tecnologias e plataformas digitais levou a uma queda nas receitas publicitárias para muitos meios de comunicação tradicionais, o que culminou em crise financeira em organizações de notícias e em necessidade de explorar novos modelos de negócios, muitas vezes não existentes; e a diminuição da confiança do público, uma vez que o jornalista se torna frequentemente criticado por ser sensacionalista e por ter uma agenda política ou comercial - críticas afetam a confiança do público não somente nas notícias e nas instituições de notícias, mas sobretudo na credibilidade dos profissionais do jornalismo enquanto profissionais.

Com a queda nas vendas e na receita, especialmente nas últimas duas décadas em jornais internacionais, nacionais, locais e regionais - a covid-19 certamente não ajudou, mas não se pode negar que a crise já vem de muito antes do início da pandemia – pode-se afirmar

que a chamada lealdade do leitor está em baixa, assim os meios de imprensa convencionais lutam para sobreviver, enquanto seus recursos se esvaem. O movimento levou ao agravamento do que ficou conhecido como “desertos de notícias”. São áreas inteiras de países que deixaram de receber informação básica que as imprensas locais tendem a fornecer.

Castells (2003), ao referenciar McLuhan, reflete o período sob a ótica das transformações sociais, econômicas, políticas e culturais a partir do nascimento da Internet e seu uso em escala global, sobretudo enquanto negócio. Para ele:

A internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global. Assim como a difusão da máquina impressora no ocidente criou o que McLuhan chamou de a “galáxia de Gutenberg”, ingressamos agora num novo mundo de comunicação: a “galáxia da internet”. O uso da internet como sistema de comunicação e forma de organização explodiu nos últimos anos do segundo milênio. [...] A influência das redes baseadas na internet vai além do número de seus usuários: diz respeito também à qualidade do uso. Atividades econômicas, sociais, políticas e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura. (Castells, 2003, p. 8).

Com avanço tecnológico a partir do acesso à internet e às redes telemáticas⁹, as mídias sociais digitais podem ser consideradas como os principais fatores de intervenção e mudança nos sistemas produtivos. E, justamente nesse período pós-industrial, o jornalismo já não é mais arranjado a partir da proximidade física para produção de conteúdo, ou seja, embora as empresas de comunicação ainda trabalhem com grande escala de produção, o jornalismo já não segue mais a lógica industrial.

Desde a virada do século XXI, há um acentuado desconforto, que se tornou constante na profissão de jornalista. Isso porque crise tem se tornado uma palavra corriqueira quando se refere à profissão, tanto que os eventos da categoria, sejam em palestras de profissionais ou atividades acadêmicas, refletem a incerteza do momento histórico, político e econômico do Brasil. A situação nacional instável acentua o estrangulamento do mercado de jornalistas, mas também de outras áreas da comunicação comercial. Nos mesmos eventos, a tecnologia é incentivada, refletida e inserida como futuro da profissão, algo impossível de ser contestado, em sessões que tratam dos novos negócios em jornalismo, inovação e as possibilidades. O que se discute são as maneiras como fazer dar certo.

O fato é que a crise do jornalismo é um fenômeno global que vem afetando a indústria de mídia há décadas. As mudanças tecnológicas e a transição para o mundo digital têm

⁹ Todo e qualquer sistema que transmite dados pela rede, seja em formato de texto, imagem ou som.

alterado significativamente o panorama do jornalismo, e o modelo dessa crise, mas continua impactando a forma como as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas. Algumas das principais causas da crise do jornalismo incluem a queda na receita publicitária, a redução no número de assinantes de jornais impressos, a concorrência com plataformas de mídia social e agregadores de notícias, a diminuição da confiança do público na mídia e a desinformação disseminada pela internet. Essas mudanças têm levado muitas organizações de mídia a enfrentar dificuldades financeiras, o que tem impactado negativamente a qualidade e a diversidade da cobertura jornalística. Muitas empresas têm fechado ou reduzido significativamente suas equipes de jornalismo, levando a uma perda de empregos e talentos na área.

É importante ressaltar que, além das mudanças estruturais do capitalismo informatizado e globalizado, tem-se também as mudanças do modelo de negócios que envolve produção e divulgação de notícias, com o objetivo de lucratividade. Nessa discussão, as tecnologias persistem no centro das reflexões e continuam sendo apontadas como as causas dessas evoluções. Não se pode negar que essas evoluções são promissoras em muitos aspectos, mas elas também geram reação adversa negativa, principalmente para os jornalistas que têm apenas uma força de trabalho intelectual como ferramenta para garantir a sobrevivência profissional. Diante de novas incertezas, as empresas de comunicação estão transformando a forma como se comunicam com seus públicos. A forma como as pessoas recebem e consomem informações também está mudando. Os métodos e procedimentos técnicos para gerir o trabalho dos profissionais do jornalismo mudaram.

É importante entender o jornalismo como um sistema de comunicação noticiosa inteligente conhecido por seu desenvolvimento conectado às conquistas produtivas, econômicas e culturais da sociedade, especialmente da sociedade capitalista. Assim, partindo do pressuposto de que o jornalismo é uma atividade de serviço público, os jornalistas comungam com profissionais de outras áreas os ônus e os bônus da inovação. Os veículos comerciais também seguem a lógica do capital, adotando a tecnologia necessária para reduzir os custos globais e aumentar os lucros. Para atingir o objetivo de racionalização, usam cada vez mais as plataformas digitais para encontrar e lançar novos espaços de mídia com conteúdos e linguagens direcionados a diferentes segmentos de público.

Nesse cenário, enquanto as empresas de comunicação buscam eficiência e resultados mensuráveis por meio das tecnologias e da lógica produtiva do mercado, o exercício jornalístico continua sendo, em sua essência, uma prática humana, marcada pela incerteza e pela subjetividade, conforme defende Marcondes Filho (2000, p. 147):

As tecnologias pretendem ser consistentes e completas. Achrom que poderão dizer, com exaustão e precisão, que Dulcinéia é a mais bela entre *todas* as mulheres. Mas não podem porque nada é completo e consistente ao mesmo tempo. Já o homem - o jornalista, o filósofo, o médico, o professor - não é e nem deseja ser completo, pois a falha, a imprecisão, a dúvida fazem parte dele. E é dessa *falha estrutural* que advém sua grande vantagem e sua grande superioridade, pois, como dizia o velho filósofo, todos os caminhos são curvos, toda verdade é torta.

O jornalista e o jornalismo sempre passaram por transformações significativas ao longo de sua história, principalmente com sucessivas tecnologias que, por anos, foram concedendo novos significados às atividades dos profissionais e também se traduzindo em novas formas dos meios jornalísticos difundirem suas informações e de se relacionarem com os seus públicos. Quando questionado sobre a conturbada relação entre imprensa e tecnologia, Anderson (2012, s/p.) responde que “é muito mais provável que nós, como sociedade, simplesmente nos acostumemos com o mundo onde a indústria de notícias seja mais fraca e sempre envolta em uma constante turbulência”. Nesse sentido, ele identifica o declínio da confiança dos americanos em diferentes instituições autoritárias como governos militares, as empresas, a igreja, a imprensa e assim por diante, assim como vem acontecendo com o Brasil.

Anderson (2012, s/p.) já afirmava a lógica da crise do jornalismo, assim como uma crise das organizações jornalísticas. “organizações noticiosas tradicionais produzem a maior parte do jornalismo [...] e, dessa forma, qualquer crise nas organizações jornalísticas inevitavelmente afetará o modo como jornalismo é produzido”. O autor acrescentava a alteração das narrativas jornalísticas provocadas pelas novas mídias e citava a narrativa orientada por base/banco de dados como um dos exemplos.

Nick Diakopoulos (2019, p. 50) explora como algoritmos já são usados para escrever notícias em larga escala, principalmente em editoriais como economia e esportes, propondo o conceito de “jornalismo algorítmico” e militando para que “automatize o que computadores fazem melhor, deixe o resto para as pessoas”. No Brasil, Mariana Valente (2023) analisa os desafios regulatórios e éticos relacionados à inteligência artificial na produção e circulação de notícias, destacando a tensão entre inovação e responsabilidade pública. Como demonstra Valente (2023, p. 6), “81 % da população do Brasil era usuária de internet [...] entre pessoas queer, mulheres e jovens, os números refletem desigualdades profundas no acesso e nos tipos de violência online”, evidenciando como questões de gênero e acesso se cruzam no ambiente digital.

Nessa situação multifacetada, os jornalistas concorrem com empresas que promovem a produção de conteúdo do usuário como modelo de negócio, como o Facebook e o Instagram.

No entanto, a Internet não gerou um senso de responsabilidade pública e consumo de informações importantes. Assim, disponibilizou ao seu público vários tipos de informações e aumentou o consumo de divulgações que não são produzidas ou controladas por fontes de informação autorizadas e aprovadas, conforme analisa Marcondes Filho (2000), “O que seria da democracia sem a figura do crítico?”. No final das contas, as democracias carecem da diversidade de fontes de informação e da diversidade de disseminação de conteúdo.

A democracia é entendida neste trabalho como um sistema político baseado na participação dos cidadãos na tomada de decisões e na proteção dos direitos individuais e coletivos. A figura do crítico é fundamental para a democracia, pois ele desempenha um papel importante na fiscalização das ações dos governantes, na identificação de problemas e na proposição de soluções. O crítico pode ser um jornalista, um intelectual, um ativista, um político ou qualquer pessoa que esteja comprometida com a promoção do bem comum e da justiça social, tendo o papel de analisar e questionar as políticas públicas, os discursos dos líderes políticos e as práticas dos governantes, com o objetivo de garantir que os interesses da sociedade sejam preservados. Sem a figura do crítico, a democracia corre o risco de se tornar um sistema fechado e autoritário, em que os governantes agem sem prestar contas à sociedade e sem levar em consideração as necessidades e desejos dos cidadãos.

Anderson, Bell e Shirky (2013, s/p.) afirmam que “Não há como olhar para novas experiências no jornalismo sem fins lucrativos[...] e acreditar que o jornalismo está seguro nas mãos de empresas voltadas ao lucro”. Assim como reforçam o paralelo de que “não há como olhar para experiências de financiamento coletivo de jornalismo [...] ou para cobertura de manifestações de protesto via celular, e acreditar que só profissionais de instituições da imprensa podem tornar a informação pública” .

Muitas das mudanças que estão sendo discutidas, na verdade, já ocorreram e a transformação do ecossistema jornalístico tende a acentuar ainda mais. Para os autores, a esperança é limitar um pouco a extensão dos problemas gerados por todos nesse contexto. A sugestão é o jornalismo focado em utilidade pública, aquisição de novas técnicas e ferramentas, e o que chamam de “premissas” que nem são ou foram imaginadas. Também dizem que as possibilidades para o jornalismo vão acontecer, mas elas exigem uma nova estrutura organizacional.

Dentre os principais impasses enfrentados pelos jornalistas da atualidade estão: a atividade jornalística polivalente, em que o jornalista produz conteúdo para várias mídias mesmo estando na mesma empresa, o que faz com que ele adapte o conteúdo para formatos e gêneros discursivos diferentes; as características alteradas, já que o jornalista começa a

padronizar a sua produção jornalística a partir da linguagem dos marcadores, das métricas de plataformas e de uma linguagem programática; a desespecialização, simbolizada pela depreciação do jornalista em contratações como auxiliares, assistentes de comunicação que desempenham atividades generalistas e de todas as subáreas da habilitação comunicação; o fim da obrigatoriedade do diploma e a tentativa de derrubar o registro do jornalista; o arranjar-se para trabalhar, devido às demissões e a necessidade de construir o seu próprio veículo e/ou atuar como *freelancer* como alternativas para continuar na área; assim como a confusão entre o que é discurso jornalístico e as distintas narrativas com finalidade de marketing, fazendo com que o jornalista atue como produtor de conteúdo – realidade cada vez mais explícita.

Entre os muitos impasses discutidos ao longo do trabalho, uma pergunta serve como ponto de partida para reflexões importantes sobre a atuação jornalística na contemporaneidade: por que, mesmo com tantos recursos tecnológicos disponíveis e com amplo acesso ao conhecimento, não se percebe, na maioria das vezes, uma melhoria significativa na qualidade do jornalismo, nos processos de produção ou na atuação dos profissionais? Essa indagação não constitui o problema central da pesquisa, mas funciona como um estímulo para pensar criticamente os caminhos percorridos pela categoria diante das transformações tecnológicas.

A aparente contradição entre o avanço tecnológico disponível ao jornalismo e a estagnação, e até a piora percebida na qualidade do conteúdo jornalístico e das condições de trabalho do jornalista, pode ser explicada por uma combinação de fatores e não em uma resposta única e direta. Retoma-se aqui o fato já destacado neste trabalho sobre o potencial da tecnologia para ampliar a apuração e enriquecer as narrativas - com uso de dados, inteligência artificial, realidade aumentada, entre outros recursos. Contudo, essa mesma tecnologia que nasceu com a ascensão da internet e das redes sociais impactou o modelo de negócios da maioria das organizações jornalísticas, que sofreu um colapso de receita e de identidade. A busca por cliques, engajamento rápido e viralização de conteúdos – fenômenos ligados à lógica das big techs – levou e tem levado cada vez mais à priorização de pautas sensacionalistas, superficiais ou opinativas para atender audiências fragmentadas e polarizadas, em detrimento de investigações profundas e da checagem rigorosa dos fatos. Nielsen e Ganter (2018, p. 1601), reforçam o colapso da receita ao explicar que as redes sociais se tornaram cada vez mais importantes para a forma como as pessoas obtêm notícias on-line - em alguns países, os intermediários digitais são agora formas mais amplamente

utilizadas de acessar e encontrar notícias do que os sites e aplicativos das próprias organizações de notícias.

No contexto, a intensificação do trabalho emerge como um ponto crucial para entender as dinâmicas contemporâneas da profissão. À medida que a tecnologia avança e se torna mais acessível, a expectativa de produção e entrega de conteúdo aumenta exponencialmente. No entanto, essa crescente pressão não se reflete, necessariamente, em melhoria na qualidade do jornalismo. Enquanto as máquinas aliviam o trabalho de alguns profissionais, como no caso da automação de tarefas repetitivas, elas também deslocam a carga de trabalho para outros, especialmente os jornalistas, que agora enfrentam demandas incessantes de produção de conteúdo em um ritmo frenético e checagem, principalmente. Essa mudança paradigmática revela não apenas uma questão de eficiência operacional, mas também implicações mais profundas sobre a natureza do jornalismo e seu papel. Nesse contexto, a tecnologia, em vez de ser um vetor de qualidade, é mais instrumentalizada para acelerar processos e atender às métricas de mercado, sem impactar positivamente a profundidade das formas de trabalho e a ética do jornalismo.

Nesta pesquisa, compreende-se que se opor à tecnologia equivale a se opor ao próprio ser humano, uma vez que a construção de técnicas e ferramentas faz parte de sua essência. A questão não é rejeitar a tecnologia, mas sim questionar sua apropriação para fins que não beneficiem a humanidade ou não contribuam para a melhoria da qualidade de vida. Nesse contexto, Figaro (2018, p. 142) aborda a intensificação do trabalho:

Há um ganho de tempo impressionante em relação às formas de trabalho jornalístico tradicionais, no entanto, o tempo ganho passa a ser tempo intensificado por atividades sem fim, porque as lógicas de todo o mercado de trabalho foram alteradas e intensificadas em relação ao uso do tempo. A ordem é não haver tempo morto, *fuga, roubo* de tempo de trabalho para o exercício da gestão de si dentro e fora do trabalho. Essa intensificação redundo do fluxo constante de informações jornalísticas, na valorização e, ao mesmo tempo, na desvalorização (banalização) do jornalismo.

A reflexão pode se desdobrar quanto à qualidade do jornalismo. Ao consumir jornalismo, infelizmente encontra-se, cada vez mais, uma realidade de “mais do mesmo”. O jornalismo ficou chato? Ficou simples? O parágrafo ficou burro? A verdade é que não se pode esperar qualidade quando se busca reduzir custos a qualquer preço, precarizando profissionais e exigindo que uma única pessoa realize múltiplas funções.

Quaisquer que sejam as causas que levaram o jornalismo à sua configuração atual e de seus inúmeros efeitos, é fundamental considerar as transformações já consolidadas e aquelas ainda em curso, sempre em relação aos aspectos essenciais da produção jornalística. Entre

esses aspectos, destacam-se o domínio de teorias, referências socioculturais e tecnologia, fundamentais para o exercício das diferentes funções e formatos editoriais. Além disso, é indispensável compreender os novos arranjos profissionais e econômicos que moldam a produção e a distribuição de notícias nas plataformas digitais.

No entanto, mais do que infraestrutura tecnológica e modelos de negócio, o jornalismo continua sendo, essencialmente, uma atividade humana. Em meio a conglomerados corporativos, softwares avançados, hardwares de ponta e tecnologia disruptiva, é a presença humana que mantém vivo o que ainda pode ser chamado de notícia, produção e distribuição jornalística.

Vale ponderar que a transformação no jornalismo também impacta a diversidade de vozes que nela atuam. A transição para o jornalismo pós-industrial, marcada pela digitalização e pela fluidez das tecnologias de comunicação, foi e tem sido um terreno fértil para a reconfiguração da inserção feminina no campo jornalístico. Esse novo cenário, descrito por Anderson (2012, p. 14) como um espaço que amplia vozes e narrativas antes marginalizadas, oferece um contexto revelador sobre a feminização do jornalismo. A flexibilidade, a mobilidade e a ênfase na colaboração entre jornalistas e o público, características do jornalismo pós-industrial, alinham-se à luta feminina por espaços igualitários de trabalho. Essa era, portanto, não apenas transforma a forma como as notícias são produzidas e consumidas, mas também reestrutura o campo de trabalho jornalístico, tornando-o mais acessível e diversificado em termos de gênero.

A metáfora das “fábricas de notícia”, título desse subcapítulo, ganha materialidade quando analisamos como grandes redações foram historicamente organizadas. No modelo industrial, veículos como o New York Times e a BBC operavam com fluxos hierárquicos rígidos e rotinas produtivas padronizadas. Com a digitalização, essas organizações passaram a integrar novas tecnologias ao processo jornalístico, mas ainda sob a lógica da produtividade e da eficiência, com metas e métricas como norteadores. Como destacam Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 14), “o jornalismo pós-industrial pressupõe uma nova ecologia da informação, na qual estruturas centralizadas dão lugar a redes distribuídas, e a rigidez da redação tradicional cede espaço à flexibilidade e colaboração”. Ainda assim, os autores reconhecem que muitos veículos mantêm elementos da antiga lógica fabril, mesmo quando abraçam inovações tecnológicas. Não aconteceu diferente com Folha de S. Paulo, O Globo e os Diários Associados, e outros no Brasil e no mundo.

Abaixo, este quadro sintetiza os principais pontos do subcapítulo “Além das fábricas de notícia”, pela emergência de um novo ambiente produtivo baseado na colaboração, no uso

intensivo de tecnologias digitais, na atuação multiplataforma e na redefinição da relação com o público.

Quadro 10 – Além das fábricas de notícia

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	O jornalismo pós-industrial rompe com a lógica fabril, abrindo espaço para redes, colaboração e práticas mais flexíveis.
Características principais	Digitalização, atuação multiplataforma, engajamento com o público, novas narrativas e produção em tempo real.
Autores	Anderson, Bell, Shirky (2013); Castells (2003); Figaro (2018); Marcondes Filho (2000); Nielsen e Ganter (2018); Diakopoulos (2019); Valente (2023).
Impasses e dilemas	Precarização, sobrecarga, desinformação, desertos de notícia, crise de identidade e modelo de negócios em colapso.
Marcos históricos	ABI (1908), governo Vargas, era Chateaubriand, censura na Ditadura (1964–1985), redemocratização e Constituição de 1988, surgimento dos cursos de jornalismo, popularização da internet nos anos 1990, portais digitais e jornalismo independente (2000+).
Mudanças no trabalho	Polivalência, desespecialização, dependência de plataformas, reinvenção profissional, atuação como <i>freelancer</i> .
Reflexões críticas	A tecnologia é ambígua por potencializar a produção, mas intensificar o trabalho. A essência humana do jornalismo resiste na subjetividade e crítica, sobretudo.

Fonte: elaborado pela autora.

Diante de todos os aspectos analisados, fica evidente que o jornalismo passou e continua passando por profundas transformações estruturais, marcadas por mudanças tecnológicas, reconfiguração das formas de trabalho que continua levando à precarização, desafios éticos e profissionais em contextos cada vez mais complexos. O percurso que vai do jornalismo industrial ao jornalismo pós-industrial é também um percurso de tensões, especialmente quando se observa a desarmonia entre o avanço técnico e a valorização do trabalho humano, que deveria acompanhar tais mudanças. Ao mesmo tempo em que surgem novas possibilidades narrativas, colaborativas, multimidiáticas, aprofunda-se a precarização, a sobrecarga, a perda de estabilidade e segurança, especialmente entre os profissionais *freelancers*.

Nesse cenário, é fundamental observar como essas dinâmicas afetam de forma particular as mulheres jornalistas *freelancers*. Elas abrem caminho para os capítulos seguintes que apresentarão um aprofundamento teórico sobre o processo de feminização da profissão jornalística e as implicações das transformações tecnológicas sob a perspectiva de gênero; e trará os dados da pesquisa de campo com mulheres jornalistas *freelancers*, revelando como

essas profissionais vivenciam e reinventam cotidianamente suas práticas em meio às demandas da era digital.

5 ENTRE AVANÇOS E REFLEXÕES: FEMINIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO BRASILEIRO

Neste quinto capítulo vamos explorar os conceitos envolvidos na feminização do trabalho e como ela desafia as normas de gênero e impulsiona a diversidade, envolvendo discussões a respeito do envelhecimento da categoria, desregulamentação profissional, migração de talentos para outras áreas da comunicação, hierarquização simbólica e outros obstáculos em relação às disparidades salariais e presença em cargos de gestão.

A feminização do trabalho é caracterizada pelo aumento significativo da participação feminina na força de trabalho, tendência que desafia as normas tradicionais de gênero e impulsiona a diversidade no ambiente de trabalho. É considerada um fenômeno que reflete as mudanças socioeconômicas e culturais nas estruturas de emprego ao longo das últimas décadas, contribuindo para a redefinição das dinâmicas laborais e para a luta pela igualdade de gênero no trabalho. Ao mesmo tempo, expõe desigualdades persistentes, como a discrepância salarial entre gêneros e a conciliação desafiadora entre vida profissional e pessoal, evidenciando a necessidade de conquista da “verdadeira” equidade no mercado de trabalho.

O termo “feminização do trabalho” refere-se não apenas ao aumento da presença feminina em determinadas profissões, mas também à incorporação de características historicamente atribuídas ao feminino, como a naturalização da multifuncionalidade, a normalização da sobrecarga emocional, a sensibilidade, a disposição para o cuidado como exigência da lógica produtiva. No jornalismo, esse processo não significou empoderamento, mas sim a intensificação da precarização, acompanhada de um rebaixamento simbólico da profissão, em especial no caso das *freelancers*.

A divisão sexual do trabalho é “a forma de divisão do trabalho social decorrente das relações sociais entre os sexos; mais do que isso, é um fator prioritário para a sobrevivência da relação social entre os sexos” (Hirata; Kergoat, 2007, p. 599). Esse fenômeno se estrutura segundo dois princípios: a separação, que consiste na atribuição prioritária das mulheres às tarefas reprodutivas e dos homens à esfera produtiva; e o hierárquico, que consiste na apropriação pelos homens das funções de maior prestígio sociopolítico. Embora modulada historicamente, essa divisão permanece como base de um sistema de gênero institucionalizado, sustentando desigualdades de poder e reconhecimento simbólico. Com isso, introduz-se a noção de hierarquia simbólica ou rebaixamento simbólico, entendida aqui

como menção a prestígio, reconhecimento e, principalmente, remuneração, conectando conteúdo conceitual às condições materialmente atravessadas pelas mulheres.

A divisão sexual do trabalho é “plástica” e adota novas modalidades nas condições contemporâneas. Aparece o “nomadismo sexuado” que, para as mulheres, significa o aumento do trabalho parcial, fragmentado no tempo e no espaço, e marcado pela sobrecarga e informalidade; para os homens, manifesta-se no nomadismo espacial ligado à mobilidade e deslocamentos profissionais. No jornalismo digital, tal padrão traduz-se em múltiplas atividades essenciais, como edição, produção de conteúdo, pesquisa, relacionamento, gerência de plataformas sem vínculo formal, configurando precarização. Essa lógica hierárquica e de diferenciação naturalizada impõe o rebaixamento simbólico sobre os trabalhos associados ao feminino e a naturalização da multitarefa e do cuidado emocional. As capacidades afetivas e comunicativas, vistas socialmente como “aptidões femininas”, são apropriadas pelo mercado, reforçando a invisibilidade da exploração e sustentando a divisão sexual do trabalho no campo simbólico.

O Decreto nº 11.795/2023, que regulamenta a Lei nº 14.611/2023 sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, marca um avanço significativo para a igualdade de gênero no Brasil, especialmente no contexto da feminização do trabalho. Ao estabelecer a obrigatoriedade de igualdade salarial entre mulheres e homens, este decreto não apenas aborda uma das desigualdades mais persistentes e injustas no mercado de trabalho, mas evidencia o reconhecimento crescente dos direitos das mulheres enquanto parte integral e indispensável da força de trabalho brasileira.

O decreto surge em um momento crucial e para responder a uma demanda histórica de uma série de desafios no ambiente de trabalho, incluindo, mas não se limitando à disparidades salariais significativas em relação aos homens, mesmo quando ocupam posições idênticas ou de igual valor. A regulamentação desta Lei representa corrigir injustiças e, como sinal de esperança, com potencial de ter efeito multiplicador, incentivando a reavaliação mais ampla das práticas de trabalho.

A feminização traz consigo a necessidade de revisão das políticas laborais, visando acomodar e apoiar as necessidades específicas das trabalhadoras. Inclui a implementação medidas contra a discriminação de gênero e, nesse sentido, o decreto é apenas um começo.

Como explica Kérgeat (1996, p. 1), os papéis de homens e mulheres são definidos socialmente em duas categorias de gêneros - masculino e feminino – e precisam ser consideradas as diversidades do âmbito biológico para se firmar como um divisor social, categorizando-os em dois conjuntos distintos dentro da estrutura social.

As condições em que vivem homens e mulheres não são produtos de um destino biológico, mas são antes de tudo construções sociais. Homens e mulheres não são uma coleção – ou duas coleções – de indivíduos biologicamente distintos. Eles formam dois grupos sociais que estão engajados em uma relação social específica: as relações sociais de sexo. Estas, como todas as relações sociais, têm uma base material, no caso o trabalho, e se exprimem através da divisão social do trabalho entre os sexos, chamada, de maneira concisa: divisão sexual do trabalho. (Kér goat, 1996, p. 1).

Hirata e Kér goat (2007, p. 596), apresentam a divisão sexual do trabalho, em dois sentidos de estudos distintos: “[...] Trata-se, de um lado, de uma acepção sociográfica: estuda-se a distribuição diferencial de homens e mulheres no mercado de trabalho, nos ofícios e nas profissões, e as variações no tempo e no espaço dessa distribuição; e se analisa como ela se associa à divisão desigual do trabalho doméstico entre os sexos. (Hirata; Kér goat, 2007, p. 2)

Ao estudar essa divisão sexual do trabalho, os autores abordam a importância de analisar não apenas as disparidades entre homens e mulheres no âmbito do trabalho remunerado e nas carreiras profissionais, mas também nas tarefas domésticas e pessoais. Observam o progresso, as evoluções e as mudanças dentro dessa distribuição, muitas vezes, desequilibrada.

Historicamente concebido como um reflexo do capitalismo e da industrialização, o jornalismo foi marcado pela predominância masculina, reflexo da divisão de papéis sociais e de espaços determinados pela estrutura patriarcal da sociedade à época. Assim, o gênero tem papel fundamental na organização social, influenciando inclusive o jornalismo (Scott, 1995; Miguel; Biroli, 2014).

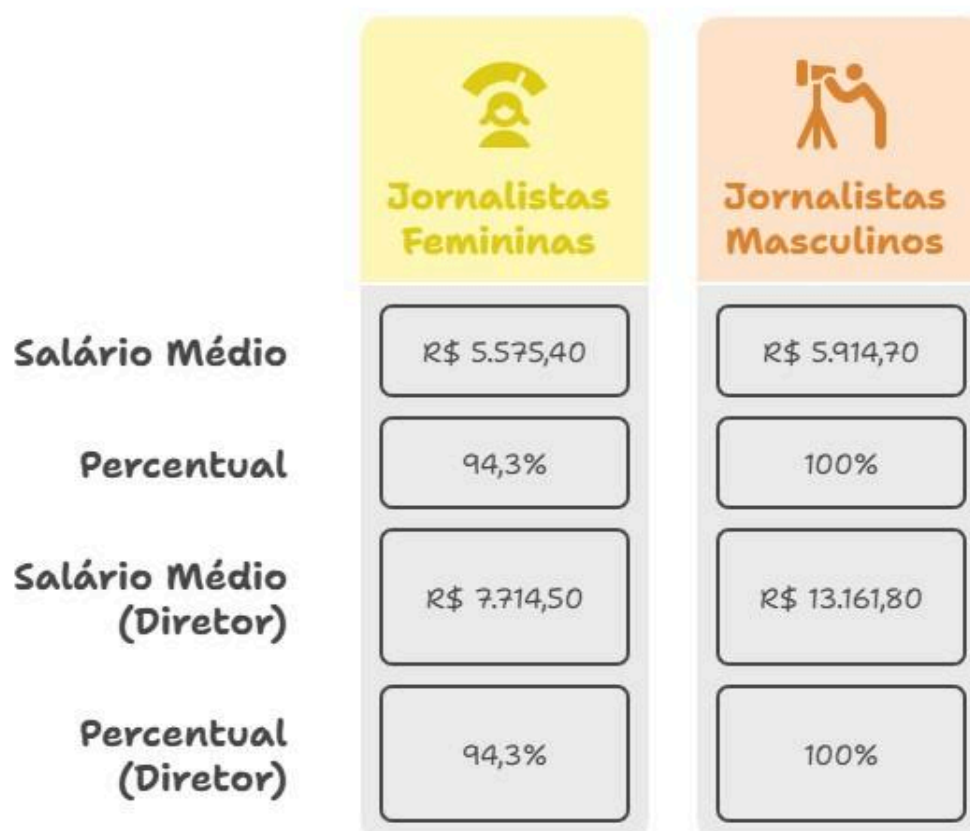
As empresas jornalísticas eram pensadas e construídas como ambiente de sauna brega: só para homem. Nem havia banheiro feminino. No Estadão, à noite, quando fervia o trabalho jornalístico, as mulheres não eram aceitas nem na mesa telefônica. Havia mulheres como telefonistas, mas só durante o dia. À noite, um homem é que operava. Mulher podia ser telefonista, faxineira ou servia para fazer o café: circulava na área de serviço (Ribeiro, 1998, p. 31).

A transformação ocorreu gradualmente. Em 1986, as mulheres compunham 36% da força de trabalho profissional no país, e uma década depois, essa porcentagem havia crescido para pouco mais de 40% (Rocha, 2005). Em 2021, a maioria dos jornalistas brasileiros contratados com registro em carteira eram mulheres. A faixa etária predominante estava entre 30 e 39 anos, abrangendo 35,8% dessas profissionais, e a maioria possuía até um ano de permanência na mesma posição de trabalho, correspondendo a 30,5%. Essas informações foram reveladas por um levantamento inovador conduzido pelo Departamento Intersindical de

Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), sob encomenda da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Já o estudo “Perfil do Jornalista Brasileiro”, liderada pelos pesquisados da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), amplia a amostra ao incluir profissionais sem vínculo formal e aponta uma maioria feminina ainda mais acentuada, de 58%, confirmando a tendência de feminização da profissão.

Mesmo que a média salarial dos profissionais do jornalismo formalmente empregados tenha sido R\$ 5.745,30 em 2021, observa-se uma significativa diferença salarial entre os funcionários, considerando gênero, etnia, idade e anos de experiência. Em 2021, o salário médio nominal das jornalistas foi de R\$ 5.575,40, em comparação com R\$ 5.914,70 para os jornalistas, indicando que as mulheres ganhavam 94,3% do que era pago aos homens. A discrepância mais notável foi encontrada na posição de liderança de Diretores(as) de Redação: as mulheres recebiam, em média, R\$ 7.714,50, enquanto os homens tinham uma remuneração média de R\$ 13.161,80, representando apenas 58,6% do salário de seus colegas masculinos.

Figura 1 – Comparando salários de jornalistas por gênero



Fonte: Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), sob encomenda da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Gerado pela autora no Napkin.

A composição racial dos profissionais do jornalismo mostra que 47,3% eram brancos, com uma remuneração média de R\$ 6.924,65, enquanto os jornalistas autodeclarados pardos e pretos constituíam 17,7% e 2,9%, respectivamente. A disparidade salarial torna-se evidente ao analisar os salários com base na raça/cor. Os jornalistas pardos e pretos ganhavam, em média, aproximadamente 72% e 78%, respectivamente, do que era ganho pelos jornalistas brancos. Os dados, mesmo que não objeto deste trabalho, mostram que as lacunas são ainda mais profundas e não se limitam ao gênero.

Figura 2 - Diferença salarial entre jornalistas brancos, pardos e pretos



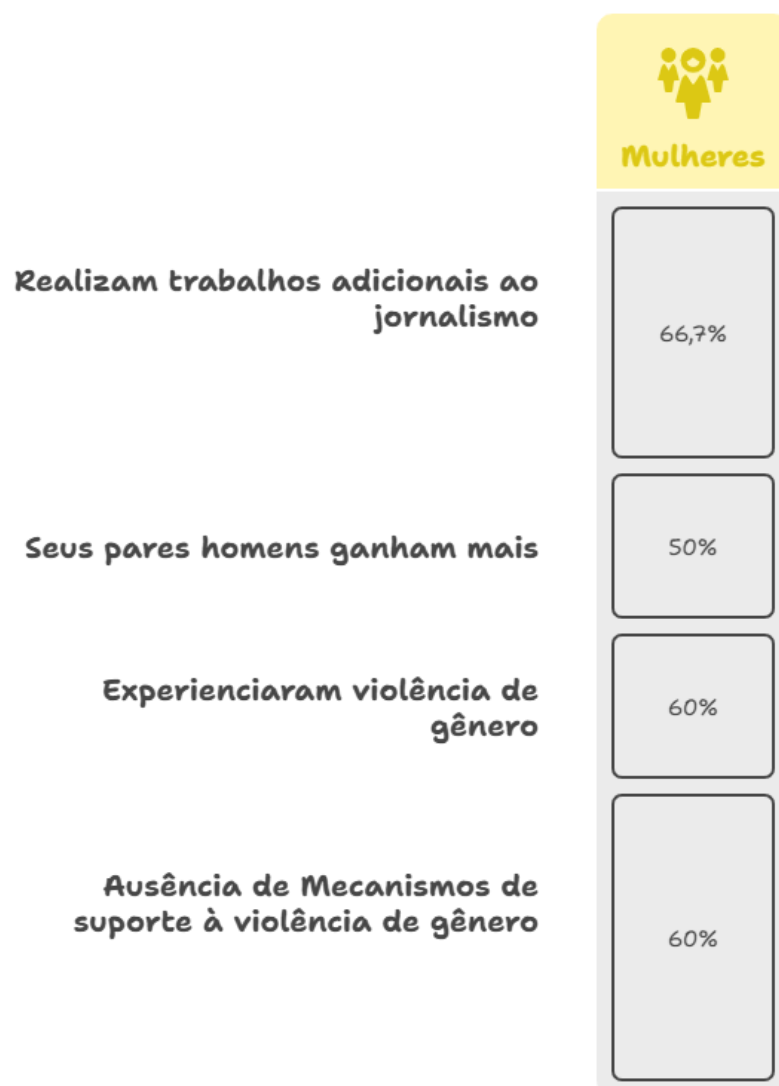
Fonte: Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), sob encomenda da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Gerado pela autora no Napkin.

Um estudo da Federação Internacional de Jornalistas (FIJ) na América Latina e no Caribe, com apoio da Union to Union (UTU) e da Fenaj, conduzido de setembro a novembro de 2023, destacou a realidade enfrentada por mulheres na indústria jornalística: 66% delas são obrigadas a buscar trabalhos adicionais fora do campo de comunicação para melhorar seus ganhos. Além disso, mais da metade reportou que seus colegas masculinos ganham mais por realizar o mesmo tipo de trabalho.

O estudo também apontou que cerca de 60% das entrevistadas experienciam violência de gênero por parte de colegas ou superiores masculinos, e um número parecido indicou a ausência de mecanismos de suporte em seus locais de trabalho para enfrentar essas questões. Os achados estão no relatório "Situação das Mulheres na Mídia na América Latina e no

Caribe"¹⁰, visando impulsionar a criação de soluções coletivas por sindicatos e entidades profissionais que representam mulheres jornalistas.

Figura 3 - Situação das Mulheres na Mídia



Fonte: relatório "Situação das Mulheres na Mídia na América Latina e no Caribe" (2023). Gerado pela autora no Napkin.

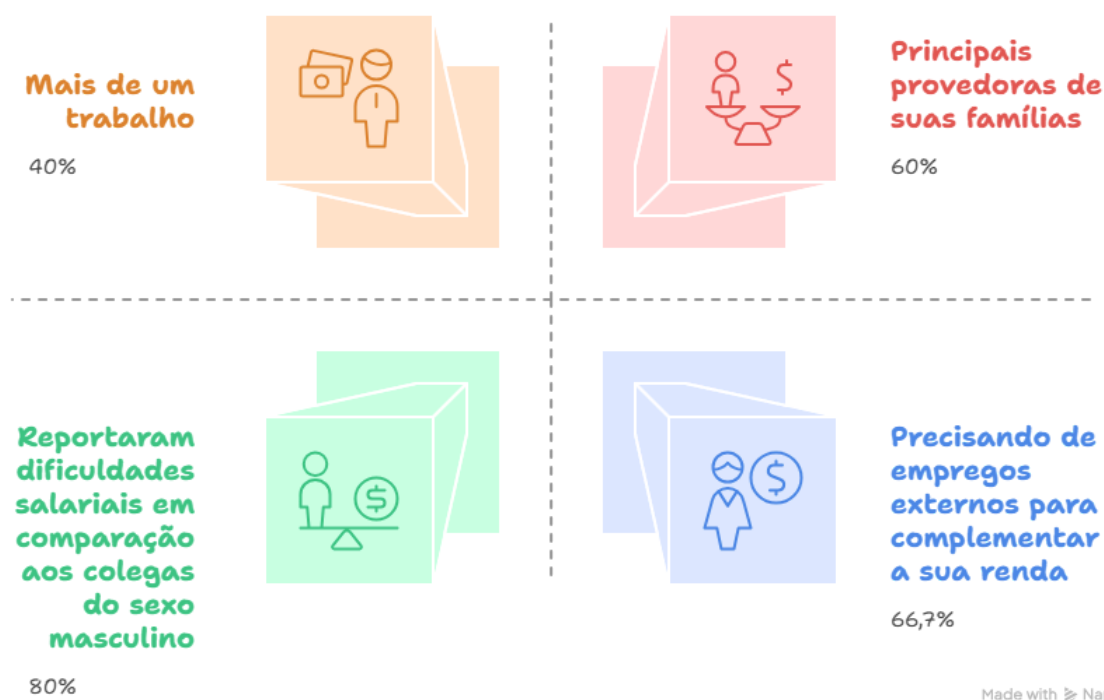
O conceito de "múltiplos empregos" é central para descrever a situação dessas profissionais, com 40% delas mantendo mais de um trabalho e 66,7% precisando de empregos externos para complementar sua renda. 60% das respondentes são principais provedoras de

¹⁰ Disponível em:

<https://fiplatina.press/pdfs/informe-regional-situacion-de-las-trabajadoras-de-prensa-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>

suas famílias, e 82% reportaram disparidades salariais em comparação aos colegas do sexo masculino.

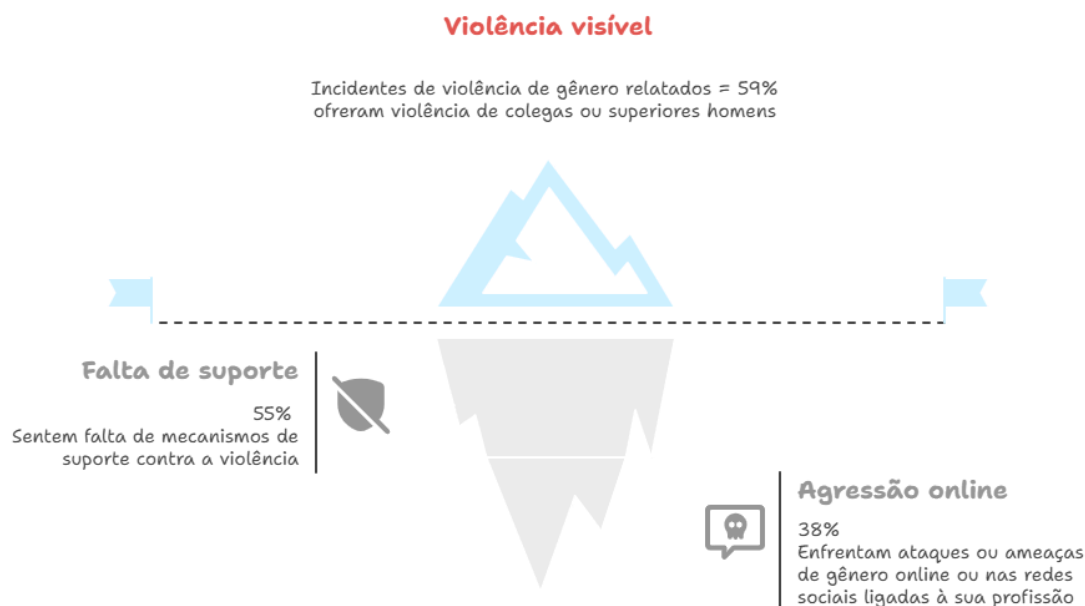
Figura 4- Conceito de "múltiplos empregos"



Fonte: relatório "Situação das Mulheres na Mídia na América Latina e no Caribe" (2023). Gerado pela autora no Napkin.

Problemas no ambiente de trabalho vão além das questões financeiras, com 59% das mulheres reportando ter sofrido violência de colegas ou superiores homens, e 55% destacando a falta de mecanismos de suporte, como protocolos ou guias de ação, para lidar com essa violência. Mais de dois terços relataram tratamento diferenciado em relação a seus colegas homens. As agressões também ocorrem fora do ambiente de trabalho, com 38% das jornalistas enfrentando ataques ou ameaças de gênero online ou nas redes sociais ligadas à sua profissão.

Figura 5 - O peso invisível



Fonte: relatório "Situação das Mulheres na Mídia na América Latina e no Caribe" (2024). Gerado pela autora no Napkin.

O relatório enfatiza a necessidade de reconhecer a violência contra as mulheres jornalistas como um desafio para a diversidade de vozes que tem consequências até para a democracia e para a liberdade de imprensa, e não somente para as profissionais. É importante detalhar que essa violência assume diversas formas, desde ameaças e intimidações pessoalmente ou por redes sociais, até assédio sexual, moral e agressões físicas durante o exercício da profissão.

Trata-se de uma violência marcada por motivações claras que dizem respeito ao gênero, mas também à profissão, com o objetivo de silenciar, deslegitimar ou enfraquecer a atuação profissional da mulher. Como consequência, muitas optam por abandonar pautas sensíveis e que geram exposição, ou até mesmo deixam a profissão, criando um cenário de autocensura e comprometendo a diversidade. Isso porque a pluralidade de visões é essencial para a construção de uma sociedade democrática, pois é por meio dela que se garante o direito à informação ampla, crítica e diversa. Portanto, faz-se importante reforçar que reconhecer e enfrentar a violência contra mulheres jornalistas não é apenas uma pauta de direitos humanos ou de igualdade de gênero, mas democrática.

De acordo com o relatório Gênero e Número (2017), que analisou a experiência profissional de mulheres jornalistas no Brasil, 84% das entrevistadas relataram já ter sofrido ao menos uma das oito formas de violência psicológica no exercício da profissão. Entre as

situações mais recorrentes, destacam-se insultos verbais, humilhação em público, abuso de poder ou autoridade, intimidação verbal, escrita ou física, tentativas de dano à reputação, ameaças de perda do emprego em caso de gravidez, além de insultos e ameaças pela internet. Esses dados revelam a persistência de práticas discriminatórias e violentas que atravessam o ambiente jornalístico, evidenciando a necessidade de políticas institucionais mais robustas de prevenção e acolhimento, bem como de uma cultura organizacional comprometida com a equidade e o respeito às mulheres na comunicação.

Sindicatos e associações profissionais são convidados a oferecer ambientes de trabalho seguros e promover o desenvolvimento profissional das mulheres. Destaca-se a importância de aumentar a conscientização sobre o problema como um todo ao público, desde a base nas etapas de formação, e não como incidentes isolados ou provocados pelas próprias jornalistas, marcando a atitude para estabelecer suporte coletivo para essas profissionais. O jornalismo que fala de tantos problemas sociais, precisa encontrar formas de falar e conscientizar sobre esse problema que é seu.

As mudanças sociais, como a conquista de direitos femininos e a maior inclusão das mulheres em diversos setores, incluindo o jornalismo, pedem uma visibilidade feminina mais acentuada. Busca-se mais do que simples representatividade numérica e é preciso abordar a diversidade racial e a interseccionalidade na produção de conteúdo, considerando raça, classe e gênero, que se cruzam para impactar as experiências das mulheres, especialmente em um contexto ainda dominado por profissionais brancos. Isso porque, apesar do aumento da presença feminina nas redações, faz-se fundamental questionar qual tipo de mulher está sendo representada no jornalismo, visto que a participação de mulheres negras é significativamente menor, também.

O jornalismo é entendido como uma forma de conhecimento social, influenciado por contextos específicos e capaz de refletir as contradições da sociedade. E, mesmo que o jornalismo reproduza desigualdades, não é o único responsável por elas. O campo jornalístico, portanto, está envolvido em disputas de significados e possui o potencial para contribuir tanto na perpetuação quanto na contestação de narrativas dominantes.

Iniciativas brasileiras como o Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia, uma realização da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2011), buscam promover cobertura mais consciente e diversificada, enfatizando a importância da abordagem que considera gênero, raça e etnia nas pautas, fontes e linguagem utilizadas.

À medida que a feminização do jornalismo foi se tornando uma realidade, observa-se o movimento em busca de profundidade e diversidade na representação e cobertura

jornalística como um todo. Assim, a transição da simples presença feminina na redação para a inclusão efetiva de vozes diversas dentro do jornalismo representa uma estratégia decisiva para abordar as complexidades da sociedade contemporânea.

O subcapítulo “Notícia com voz de mulher” aprofunda sobre a feminização da profissão jornalística e suas implicações estruturais e simbólicas. O objetivo é identificar como o aumento da presença feminina nas redações e na formação universitária não se traduziu, necessariamente, em maior equidade. Ao contrário, a pesquisa evidencia como as mulheres jornalistas enfrentam jornadas exaustivas, baixos salários, pouca ascensão a cargos de liderança e reprodução de lógicas patriarcais.

5.1 Notícia com voz de mulher

Tem-se a crescente participação das mulheres no campo jornalístico global sendo reconhecida como uma das transformações mais notáveis no setor de mídia ao longo das últimas quatro décadas. Essa evolução é evidente não só na crescente adesão feminina nas diversas atividades do jornalismo, mas também na predominância de mulheres entre os formados/diplomados na área. A distribuição de gênero varia conforme a função desempenhada e o meio de comunicação no qual os jornalistas atuam, assim como as funções laborais e responsabilidades intrínsecas. Fala-se muito em feminização da profissão e, embora seja uma informação conceitual básica, é sempre bom lembrar que a feminização não é um movimento contrário aos homens.

Conforme Figaro (2018) aponta, a transformação no perfil dos profissionais de jornalismo começou a se evidenciar a partir da década de 1980, com a notável ascensão feminina sendo documentada em pesquisas após os primeiros dez anos do século XXI. Entre essas pesquisas, o estudo de Mick e Lima (2013), que visava esboçar um perfil do jornalista brasileiro, identificou que 63,7% dos membros dessa profissão são mulheres. Esse aumento da participação feminina no jornalismo está relacionado às mudanças nas dinâmicas de produção laboral. Segundo Figaro (2018), fatores como a densificação urbana, o aumento da população feminina e a sua maior qualificação educacional na segunda metade do século XX contribuem para explicar a inserção ampliada das mulheres em diversos setores de trabalho.

No entanto, essa predominância feminina não deve ser interpretada como uma vantagem ou um indicativo de poder. Isso porque o emprego feminino é frequentemente relegado a posições de trabalho parcial, caracterizando-se pela precarização e pela flexibilização das normas trabalhistas. Este conjunto de desigualdades é ainda mais evidente

pela exploração da capacidade das mulheres de desempenhar múltiplas tarefas e de cumprir dupla/tripla jornada, seja no ambiente de trabalho, com suas obrigações produtivas, e em casa, com responsabilidades que envolvem também o cuidado.

Em sua pesquisa sobre a mudança na dinâmica produtiva do jornalismo, Lelo (2019, p.123) compilou diferentes estudos referentes à feminização no campo jornalístico. Ele observou que o crescente número de mulheres nas redações não resultou diretamente em uma mudança nas estruturas de gerenciamento, na superação das divisões de cargos ou editorias (Lachover, 2005; De Bruin, 2014), nem na tão esperada igualdade de chances e na adoção de comportamentos organizacionais femininos. A feminização acaba funcionando apenas como um indicador de diferença que perpetua a divisão binária de gêneros e consolida os papéis sociais tradicionais (Lelo, 2019).

Nesse contexto, a necessidade de desconstruir as normas, práticas e valores com viés masculino torna-se primordial no âmbito jornalístico. Como destaca Figaro (2018, p. 581), a razão por trás dessa condição de subordinação imposta às mulheres advém de uma série de fatores históricos:

A explicação cabível deve ser dada por um entendimento que extrapole o aspecto individual e compreenda a situação da mulher no âmbito mais amplo do que significa o poder sobre o corpo feminino e o controle dele no sentido da perpetuação da estrutura social e da lógica da exploração do mercado. Trata-se, sem dúvida, conforme Bourdieu (2002), de uma tradição incrustada na vida cotidiana, reiterada pela família, pela escola e pelos meios de comunicação. São atitudes e comportamentos naturalizados que colocam a mulher em lugar inferior, subalterno, o que justificaria o trabalho redobrado, jornadas duplicadas e extensas, o papel de cuidadora do lar e dos filhos, entre outras responsabilidades caracterizadas como da mulher. Mas, além desses aspectos, o imperativo é o da dominação de classe por meio da submissão da personalidade, da exploração do tempo, da descaracterização do espírito de cidadania e de autonomia da mulher. Como força de trabalho mais barata, submissa e reprodutora do status quo, a mulher é, no caso, a mulher jornalista torna-se ou vítima dessa estrutura ou vítima e guardiã dela.

Ao ocupar espaço em um campo dominado por normas e expectativas patriarcais, a mulher jornalista enfrenta o desafio de lidar com jornadas de trabalho extensas, a pressão para equilibrar responsabilidades profissionais e domésticas, e a luta por reconhecimento e igualdade em um ambiente muitas vezes hostil. Ao mesmo tempo, ela pode se encontrar na posição de perpetuar essas mesmas estruturas, através da reprodução de narrativas e perspectivas que reforçam a ordem social existente.

Portanto, a análise de Bourdieu, conforme citada por Figaro (2018) destaca a necessidade de uma abordagem que reconheça a intersecção entre gênero, classe e poder, e

como essas dinâmicas moldam não apenas a experiência das mulheres na sociedade, mas também suas possibilidades de atuação e resistência dentro dela.

A essa proposta de intersecção vale incluir raça e etnia, uma vez que os cinco marcadores ajudam a entender como se estruturam as desigualdades na sociedade, já que se cruzam e se combinam de formas diferentes, gerando o que chamamos de interseccionalidade - ou seja, o impacto conjunto de gênero, raça, etnia, classe e poder na vida das pessoas, especialmente das mulheres em posições mais vulneráveis, como tende a ser o caso das jornalistas *freelancers*.

O quadro a seguir organiza visualmente essa proposta, evidenciando e exemplificando como cada conceito impacta a experiência dessas profissionais e contribui para a reprodução ou resistência das desigualdades sociais:

Quadro 11 - Gênero, raça, etnia, classe e poder, com foco na mulher jornalista *freelancer*

Conceito	O que é	Base	Exemplos	Exemplos de desigualdades associadas, com foco na mulher jornalista <i>freelancer</i>
Gênero	Papéis e identidades construídas socialmente com base no sexo biológico	Social e cultural, com base biológica	Mulher, homem, pessoas não-binárias	Maior dificuldade de ser contratada para pautas relevantes por ser mulher; assédio de fontes e editores; menor valorização do trabalho em comparação aos colegas homens.
Raça	Classificação social baseada em características físicas	Social e sem base biológica	Branco, preto, pardo, indígena, amarelo	Mulher jornalista <i>freelancer</i> negra enfrentando racismo estrutural, recebendo menos propostas ou tendo sua credibilidade questionada por sua aparência.
Etnia	Identidade cultural compartilhada por um grupo	Cultural, histórica e linguística	Povos indígenas, judeus, quilombolas, ciganos	<i>Freelancer</i> de etnia minorizada com dificuldades de emplacar pautas que envolvam sua cultura; enfrentando preconceito e estereótipos em coberturas jornalísticas.
Classe social	Posição econômica e social de um grupo na sociedade	Econômica e estrutural	Trabalhador assalariado, classe média, elite econômica	Falta de acesso a redes de contato e equipamentos; pagamentos atrasados ou inexistentes; múltiplos vínculos para manter renda mínima.
Poder	Capacidade de tomar decisões e influenciar pessoas ou estruturas sociais	Política, econômica e institucional	Poder político, poder da mídia, poder econômico, poder religioso	Pouca influência nas decisões editoriais; exclusão de espaços de visibilidade; risco elevado ao cobrir temas sensíveis sem a proteção de uma grande redação.

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Os conceitos trabalhados acima, são discutidos por diferentes autores:

Figura 6 - Conceitos x autores



Fonte: gerado pela autora no Napkin.

Dentro desse contexto, algumas perguntas parecem salutares: qual seria uma proposta ideal para o trabalho feminino? E para o trabalho feminino no jornalismo? Também para o trabalho feminino *freelancer* no jornalismo? São perguntas com potencial gerador de novas pesquisas que precisam ser aprofundadas, mas as respostas iniciam-se com, principalmente, três pilares fundamentais e básicos, mínimos, que são propostos nesta pesquisa com base nos estudos e na vivência como mulher jornalista:

Figura 7 - Equilíbrio pela humanidade: igualdade, inclusão e representatividade



Fonte: gerado pela autora no Napkin.

A figura 7 representa, à esquerda, a igualdade salarial e de oportunidades. Igualdade nesse contexto e entendida nesta pesquisa, significa garantir que as mulheres recebam o mesmo salário do que homens pela mesma função e carga de trabalho, eliminando as disparidades salariais de gênero. Entra também a igualdade de oportunidades em recrutamento, promoção e desenvolvimento profissional, sendo básico dentro do conceito de humanidade, alicerce da proposta. À direita, ambiente de trabalho inclusivo e livre de discriminação significa estar em um ambiente de trabalho que promova a inclusão e a

diversidade, livre de qualquer forma de discriminação, assédio ou violência. Também, caso ocorram problemas, significa cumprir políticas claras contra o assédio sexual e a discriminação, com mecanismos de denúncia seguros e eficazes. No centro, com destaque ao gênero, a representação feminina em todos os níveis de decisão significa assegurar a representação feminina em posições de liderança e de tomada de decisão dentro das organizações, e isso inclui a implementação de quotas de gênero, se necessário, para aumentar a presença feminina em conselhos de administração, comitês executivos e outras posições de influência.

A proposta dos três pilares está alicerçada na base fundamental do valor humano “humanidade”. Humanidade, como valor básico humano, é entendida neste trabalho como a capacidade de reconhecer, respeitar e agir com empatia diante da dignidade, da dor e das necessidades do outro, independentemente de suas diferenças. É um valor que conecta uns aos outros em um plano ético e, também e por que não, afetivo, guiando atitudes de solidariedade, compaixão, justiça e cuidado. Praticar a humanidade é enxergar o outro como alguém que, assim como “eu”, merece condições justas de vida, trabalho e convivência. É reconhecer que, antes de cargos, funções ou metas, estão seres humanos com histórias, emoções e direitos. Praticar a humanidade no ambiente organizacional significa cultivar o cuidado, a escuta ativa, a equidade e a valorização das diversidades, criando cultura de bem-estar coletivo e desenvolvimento individual.

A valorização da humanidade como base ética e afetiva no ambiente organizacional estabelece conexão direta com os dados revelados pela pesquisa “Perfil do Jornalista Brasileiro”. Ao reconhecer o outro como ser humano dotado de dignidade, histórias e direitos, é possível ampliar a compreensão sobre os desafios enfrentados pelos profissionais do jornalismo nos 10 últimos anos. As transformações evidenciadas entre 2012 e 2021 vão além da feminização da profissão e indicam um enfraquecimento da categoria de forma organizada, como aponta Nicoletti (2019) e refletem não apenas mudanças estruturais, mas também impactos humanos profundos.

A pesquisa indica alto índice de profissionalização, brancos e formados por Instituições de Ensino Superior privadas. Também, a migração de talentos para outras áreas relacionadas à comunicação; vínculos de trabalho, via formalização, considerados precarizados em sua natureza; precarização estrutural do jornalismo brasileiro; desvalorização do salário; assédio moral e sexual.

Considerando o cenário jornalístico brasileiro, ficam evidentes as diversas mudanças que têm marcado a profissão ao longo dos anos, e como elas têm proposto desafios desde a

predominância de profissionais brancos formados em instituições privadas de ensino até o envelhecimento da categoria e a migração de talentos para outras áreas da comunicação, deixando evidente que há uma série de aspectos que indicam as transformações estruturais e as instabilidades no mercado de trabalho.

Como jornalista avaliando o cenário, as perspectivas da carreira jornalística continuam sendo desafiadoras e sugerindo mudanças significativas ao longo do tempo, tanto em termos estruturais, estruturantes, quanto em relação às demandas do mercado e da sociedade, que também está em constante transformação conforme já explorado neste trabalho. Se por um lado as transformações tecnológicas e a digitalização do jornalismo estão abrindo novas possibilidades de atuação, como o jornalismo de dados, jornalismo multimídia e jornalismo em plataformas digitais, como já vem acontecendo, exigindo dos profissionais habilidades técnicas e adaptabilidade às novas ferramentas e formatos de produção de conteúdo; por outro há pautas importantes ainda a serem avançadas, como a constante precarização do mercado de trabalho, multifuncionalidade aliada à desvalorização salarial, condições laborais adversas, falta de diversidade e equidade de gênero.

A síntese a seguir organiza os principais conceitos, dados e autores discutidos, com destaque para a interseccionalidade como chave de leitura para compreender as desigualdades estruturais que afetam essas profissionais, em especial as *freelancers*.

Quadro 12 – Notícia com voz de mulher

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	A feminização do jornalismo não implicou empoderamento, mas sim precarização, sobrecarga e manutenção das desigualdades históricas de gênero.
Dados principais	58% das jornalistas são mulheres (UFSC, 2021); 60% relatam violência de gênero; 66% têm empregos adicionais; mulheres ganham menos em cargos de liderança.
Autores	Figaro (2018); Lelo (2019); Nicoletti (2019); Mick e Lima (2013); Lachover e De Bruin (2014).
Impactos no jornalismo	Sub-representação em cargos de decisão, naturalização da multifuncionalidade; invisibilidade do cuidado, reprodução de desigualdades raciais e de classe.
Categoria <i>freelance</i>	Maior vulnerabilidade, dificuldade de negociação, ausência de garantias, sobreposição de papéis.
Reflexões críticas	A interseccionalidade é essencial para entender como gênero, raça, etnia, classe e poder operam conjuntamente na manutenção das desigualdades.

Fonte: elaborado pela autora.

O subcapítulo “Jornalistas S/A” explora o impacto das transformações no mercado de trabalho jornalístico sob a ótica da flexibilização das relações de emprego. O foco está na

figura da jornalista *freelancer*, compreendida como símbolo da precarização no contexto do capitalismo digital.

5.2 Jornalistas S/A: o mercado e a era do empreendedor de si mesmo

Ao mesmo tempo em que o contexto do jornalismo e dos profissionais do jornalismo é desafiador, tem-se as mudanças no mercado de trabalho e nas formas de contratação, principalmente em alguns setores, como também é o caso do jornalístico, que transforma o cenário em mais desafiador ainda. Nesta tese, a palavra *freelance* será utilizada para envolver as diferentes formas de contratação de trabalho, com exceção da CLT e concursos. Envolve os autônomos, PJs, MEIs e outros, até informais. A palavra *freelancer*, para os profissionais.

A Consolidação das Leis de Trabalho (CLT) foi instituída em 1º de maio de 1943. Decretada durante o Estado Novo, período autoritário da Era Vargas, apresentou um conjunto de normas, impondo direitos e deveres para regular as relações entre empregador e empregado. Décadas depois, nos anos 90, um movimento pela valorização de formas de trabalho consideradas mais modernas e flexíveis dá espaço para a modalidade de contratação como Pessoa Jurídica. É o momento em que sai a carteira assinada e entra o CNPJ.

No Brasil, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025), a contratação via CLT segue predominante entre os trabalhadores. São 39,6 milhões de trabalhadores com carteira assinada, o maior número desde o início da série histórica em 2012. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2025), o Brasil conta com 11 milhões de MEIs registrados e o país ainda tem uma grande parte da população atuando na informalidade, conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2025) são 39,5 milhões de brasileiros sem carteira assinada ou CNPJ.

Trabalho *freelance* refere-se a uma forma de emprego ou prestação de serviços na qual indivíduos independentes oferecem seus conhecimentos, habilidades ou serviços para clientes em uma base contratual. Os *freelancers* não têm um vínculo empregatício tradicional com uma única empresa ou empregador e, em vez disso, trabalham em projetos específicos por um período determinado, podendo atender a diferentes clientes ao longo do tempo.

A “liberdade” dos *freelancers* indica a flexibilidade de escolher os projetos que desejam assumir, definir seus próprios horários de trabalho e, em muitos casos, trabalhar remotamente tem se tornado cada vez mais comum. Ao oferecer uma variedade de serviços, como redação, design gráfico, programação, tradução, marketing digital, consultoria, edição

de vídeo, entre muitos outros. A natureza diversificada do trabalho *freelance* permite que profissionais especializados explorem diferentes oportunidades e nichos.

Cada profissional, normalmente, negocia os termos e condições de cada projeto diretamente com os clientes, incluindo aspectos como preço, prazo, escopo e entregas. Nesta mesma linha, faz o gerenciamento dos seus próprios impostos, seguro e planejamento financeiro, uma vez que não têm os direitos trabalhistas e a segurança de emprego típicos de um contrato tradicional CLT ou a estabilidade de concurso público.

Dentre as principais distinções que caracterizam o trabalho *freelance* em comparação com outras formas de emprego, estão: independência e autonomia; a variedade de clientes e projetos; a flexibilidade de localização; a necessidade do profissional estabelecer os próprios honorários e realizar negociações de preços; a falta de vínculo empregatício com uma empresa ou instituição; a responsabilidade financeira; o fluxo de trabalho variável; a escolha por atuar ou não com mercados especializados e nichados; o acesso a mercados globais; a atuação com networking e autopromoção para a construção e manutenção de uma reputação sólida para o sucesso contínuo.

O jornalismo *freelancer* pode oferecer liberdade e flexibilidade aos profissionais, mas também pode ser sinônimo de baixos salários, falta de estabilidade e condições precárias de trabalho, o que prejudica não só os jornalistas, mas também a qualidade das informações veiculadas. (Amaral, 2017, p. 32).

Ao contrário de um emprego tradicional, uma questão importante é a falta de benefícios e proteções dos direitos trabalhistas. O trabalho *freelance* não costuma (porque há exceções) oferecer benefícios como plano de saúde, férias remuneradas e seguro-desemprego. O regime também não oferece 13º salário, participação nos lucros e resultados, vale alimentação ou refeição, apoio creche/escola para profissionais com filhos e outros atrativos da contratação celetista, por exemplo. Assim, os profissionais não contam com a proteção da lei trabalhista de forma direta, apenas pela subjetividade, o que pode torná-los mais vulneráveis.

Plataformas online têm desempenhado importante papel na expansão do mercado de trabalho *freelance*, permitindo que *freelancers* e clientes se conectem facilmente e realizem transações de maneira menos arriscada. Essas plataformas atuam como intermediárias, ajudando a estabelecer confiança entre as partes e facilitando a busca por projetos adequados às habilidades dos *freelancers*.

A figura do profissional autônomo no campo do jornalismo não é uma novidade, portanto, enfrenta-se o desafio de distinguir sua posição na atual configuração em relação às

formas precedentes. Durante a transição da imprensa para o modelo profissional de organização, o trabalho autônomo era a forma predominante de relação de trabalho.

Os primeiros jornalistas não se consideravam trabalhadores no sentido estrito, percebiam o jornalismo como uma atividade singular, relacionada aos domínios da literatura e da política (Sodré, 1999). Em muitos casos, o jornalismo não era a principal fonte de subsistência dos profissionais do jornalismo, que tinham outras ocupações profissionais, e a prática jornalística era direcionada por motivações distintas de interesses econômicos.

Burkhardt (2006) argumenta que essa forma de trabalho se mesclava com o caráter artesanal daquela época da imprensa. Com a profissionalização, surgiram os ideais de planos de carreira e expectativas de estabilidade no emprego. O modelo de trabalho autônomo ainda persistiu nas redações brasileiras, porém de maneira limitada. Na maioria dos casos, foi uma modalidade de contratação altamente benéfica para o jornalista, que possuía maior poder de negociação em relação às empresas, conquistado por meio de experiência e reconhecimento público. Sua presença representava uma exceção à lógica de produção que estava sendo estabelecida, não necessariamente desempenhando papel central no funcionamento das redações.

O *freelancer* de antes, ainda que assimilável ao de nossos dias, existiu, sobretudo, pela precariedade das primeiras empresas jornalísticas, ainda não plenamente organizadas em um padrão fordista. Hoje, ele ocorre de forma sistêmica no âmbito das grandes empresas. Trata-se, pois, de uma estratégia deliberada (a da flexibilização da mão de obra) adotada com o objetivo de atingir determinados fins. Se considerarmos os resultados dessa estratégia, acabaremos por concluir que, entre esses fins, está o enfraquecimento de um certo modo de resistência dos trabalhadores às pressões do capital por níveis crescentes de produtividade (Burkhardt, 2006, p. 105).

O trabalho do *freelancer* já não está mais ligado a esse perfil. A adaptabilidade na forma de contratação encaixa-se perfeitamente nas necessidades da reestruturação produtiva que busca flexibilizar a mão de obra. Nesse novo contexto, Burkhardt (2006) identifica o trabalho autônomo em convivência com "um alto nível de organização do trabalho, sendo utilizado como uma estratégia para aumentar a insegurança no emprego".

Essa distinção é crucial para compreender as razões por trás do surgimento dessa forma de relação de trabalho no século XXI e é fundamental para distinguir o trabalho autônomo como uma estratégia de precarização nas redações. Outra preocupação decorrente da pesquisa de Burkhardt (2006) diz respeito à complexidade e diversidade das formas assumidas pelo trabalhador autônomo nos dias atuais.

Por jornalismo freelancer, entende-se a forma de exercício da profissão sem vínculo empregatício, na qual frequentemente o jornalista atua por conta própria, oferecendo seus serviços a empresas do setor, e é pago por tarefa. [...] Assim, a expansão atual do jornalismo freelancer estaria relacionada à difusão de formas contratuais não-tradicionais no quadro da reestruturação produtiva e do desenvolvimento de um novo padrão de acumulação – a acumulação flexível – no capitalismo contemporâneo (Burkhardt, 2006, p. 38).

A pandemia provocada pela covid-19 afetou significativamente a rotina produtiva dos profissionais do jornalismo *freelance*, que passaram a depender ainda mais das tecnologias digitais para realizar seu trabalho. Segundo Fígaro (2020), em uma das primeiras pesquisas publicadas sobre as condições de trabalho dos comunicadores na pandemia, a maioria dos respondentes, mulheres entre 19 e 39 anos, atuantes em mídia tradicional como assessoria de comunicação e agência de comunicação, indicam que poucas empresas proveram o *home office* dos trabalhadores com ferramentas adequadas para o desenvolvimento do trabalho. Além do aumento da jornada de trabalho e da intensificação do ritmo de trabalho, os resultados indicam a precarização do ofício durante a pandemia.

Independente da pandemia provocada pela covid-19, a rotina dos profissionais do jornalismo *freelance* têm sido modificada devido aos avanços tecnológicos. Os profissionais ganharam mais flexibilidade e liberdade para realizar seu trabalho e surgiu a possibilidade de acessar uma ampla gama de ferramentas e plataformas que permitem trabalhar remotamente e se conectar com editores e outros profissionais do setor. Uma das principais maneiras pelas quais a tecnologia digital mudou a rotina dos profissionais do jornalismo *freelance* é através da facilidade de comunicação e colaboração em tempo real, com o uso de aplicativos de mensagens instantâneas, videoconferência e outras ferramentas de comunicação. Isso significa que eles não precisam mais estar fisicamente presentes em uma redação para colaborar com outros profissionais e realizar seu trabalho.

Outra maneira pela qual a tecnologia digital tem modificado a rotina dos profissionais do jornalismo *freelance* é através da capacidade de distribuir conteúdo. Anteriormente, os profissionais tinham que enviar seus textos para um editor, que então publicava o conteúdo em um jornal, revista ou site. Se fosse multimídia, enviava por FTP ou outra tecnologia que demorava a entregar o material. Hodiernamente, os jornalistas *freelancers* podem publicar seus próprios artigos em blogs, sites e outras plataformas digitais, alcançando assim um público maior e mais amplo, além de fazer o material chegar na redação de maneira imediata e em trabalho colaborativo de produção/edição.

A tecnologia digital tem mudado a natureza do trabalho jornalístico, tornando-o mais acessível e democrático. Isso significa que os jornalistas freelancers agora têm

mais oportunidades para se engajar em projetos de colaboração, construir sua presença online e trabalhar com maior autonomia (Littau; Nielsen, 2016, p. 18)

O mercado de jornalismo *freelance* tem crescido nos últimos anos no Brasil, principalmente com o surgimento de novas plataformas e empresas que contratam jornalistas independentes. Há múltiplas maneiras de encontrar um jornalista *freelancer* para contratar. Existem as plataformas de *freelancers* online, que conectam empresas e indivíduos a *freelancers* de diversas áreas, incluindo jornalismo.

Algumas opções populares incluem Freelancer¹¹, Vivendo de freela¹², Get Ninjas¹³, Workana¹⁴, 99freelas¹⁵, Fiverr¹⁶ e IJnet - rede de jornalistas internacionais¹⁷, dentre outras. Existe ainda a possibilidade de utilização das redes sociais digitais como LinkedIn, Twitter, Instagram, Tik Tok e Facebook que podem e são usadas para encontrar jornalistas *freelancers* com experiência na área, assim como para que os profissionais divulguem os seus trabalhos como estratégia de captação de clientes.

Posto isso e as facilidade para contratar e se transformar em *freelancer*, faz-se importante colocar que atualmente é abundante, no mundo do trabalho jornalístico comercial, os “*freelas* fixos”, os trabalhadores em *home office*, ou os mal interpretados contratos de pessoas jurídicas (PJs) e Microempreendedores individuais (MEIs) que, por pressão dos empregadores e da legislação trabalhista, transformaram jornalistas em “pseudomicroempreendedores de uma empresa de uma única pessoa”. O artifício legal livra os empregadores midiáticos dos encargos sociais, enquanto precariza cada vez mais as condições de trabalho de uma categoria que realiza um trabalho simbólico, que vende a sua força de trabalho intelectual, tanto quanto um trabalhador braçal:

O jornalismo freelancer é um fenômeno global, mas sua expansão tem sido acompanhada pela diminuição da renda dos profissionais, que muitas vezes precisam trabalhar em vários veículos para obter uma remuneração minimamente satisfatória, o que pode afetar a qualidade do trabalho e a capacidade de investigação e aprofundamento das pautas. (Martins, 2019, p. 133).

¹¹ Freelancer: <https://freelancer.com.br/>

¹² Vivendodefrela: <https://www.vivendodefrela.com.br/>

¹³ Get Ninjas: <https://www.getninjas.com.br/>

¹⁴ Workana: <https://www.workana.com/pt/>

¹⁵ 99freelas: <https://www.99freelas.com.br/>

¹⁶ Fiverr: <https://br.fiverr.com/>

¹⁷ IJnet - rede de jornalistas internacionais: <https://ijnet.org/pt-br>

O fato é que o trabalho *freelance* tem se tornado uma parte importante do futuro do trabalho por algumas razões que envolvem tecnologia, isso porque a tecnologia tem permitido que trabalhadores realizem seus trabalhos de forma remota e colaborativa, o que facilita a realização de trabalhos *freelances*. Envolve custos reduzidos para as empresas, já que o trabalho *freelance* pode ser e é uma opção das mais econômicas em relação à contratação de funcionários em tempo integral, pois não há a necessidade de pagar os benefícios citados anteriormente.

Existe nesse cenário o fator da maior diversidade porque as empresas contratam pessoas de diferentes localidades e culturas, o que pode trazer diferentes perspectivas e ideias para a empresa.

O jornalismo freelancer contribui para a disseminação do modelo de trabalho precário e da cultura do 'empreendedorismo individual', em que cada profissional é responsável por sua própria formação e capacitação, sem contar com o suporte das empresas de comunicação, o que pode dificultar o acesso a oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional. (Pereira, 2020, p. 19).

Por essas razões principais, dentre outras tantas já apresentadas e outras ainda a serem interpretadas, o trabalho *freelance* tem se tornado uma parte importante do futuro do trabalho, oferecendo-se como alternativa laboral que se adapta às necessidades de trabalhadores e empresas em um mercado de trabalho capitalista em constante mudança. “A opção pelo jornalismo *freelance* pode levar à precarização do trabalho, já que muitos veículos de comunicação buscam reduzir custos e aumentar a flexibilidade da mão de obra, gerando uma competição acirrada entre os profissionais e uma desvalorização da atividade” (Bastos, 2018, p. 159).

O cenário contemporâneo do jornalismo brasileiro tem revelado uma crescente atuação de jornalistas *freelancers*, muitos dos quais se destacam por grandes reportagens e também por iniciativas menos visíveis, mas igualmente relevantes. Além de trajetórias individuais, observa-se o fortalecimento de redes colaborativas compostas por profissionais autônomos, que utilizam plataformas online como o Meta para compartilhar informações, oportunidades de trabalho, experiências e reflexões sobre a profissão. Exemplos como Jornalistas Livres, Freela Jornalismo, Jornalistas Autônomos Brasil e Jornalistas Freelancers Brasil evidenciam a emergência de coletivos e comunidades voltadas ao fortalecimento da categoria em um mercado cada vez mais fragmentado.

A utilização dessas plataformas digitais para a articulação de redes de jornalistas autônomos apresenta a dimensão fundamental desse fenômeno. Grupos organizados em redes

sociais operam como espaços de compartilhamento de oportunidades de trabalho, denúncias de práticas abusivas, troca de experiências e fortalecimento coletivo da categoria.

Nesse contexto, o futuro do jornalismo se apresenta como um tema complexo e multifacetado, atravessado por transformações tecnológicas, mudanças no comportamento do público e novas dinâmicas de produção e distribuição de conteúdo, assim como das empresas de jornalismo.

Pensadores como Clay Shirky (2011) e Dan Gillmor (2006) apontam para o mesmo cenário, em um modelo jornalístico descentralizado e colaborativo, no qual o público não apenas consome, mas também participa da produção e circulação das notícias. Essa cultura de colaboração, possibilitada pela internet e pelas mídias sociais, ressignifica o papel tradicional do jornalista e amplia os horizontes de atuação, incorporando o engajamento cidadão, a verificação coletiva de informações e a coautoria de conteúdos.

Dessa forma, o jornalismo tem a capacidade de se reinventar em uma lógica mais horizontal e inclusiva, na qual a articulação entre jornalistas independentes, organizações de mídia e o próprio público pode resultar em coberturas mais plurais, profundas e conectadas com as realidades sociais, não descartando os problemas já apresentados desse modelo. A colaboração torna-se, assim, não apenas uma estratégia de sobrevivência no mercado, mas também uma potência ética e política para a prática jornalística no século XXI.

Na prática, a cultura da colaboração no jornalismo manifesta-se em algumas frentes, o que reflete uma reconfiguração significativa das práticas profissionais no campo. Observa-se, primeiramente, a atuação coletiva entre jornalistas *freelancers*, que se organizam de forma autônoma para a produção de reportagens, tendo as atividades de apuração, redação, edição e publicação compartilhadas entre os profissionais, permitindo a diluição de custos operacionais e a potencialização de competências individuais. Iniciativas como o coletivo *Jornalistas Livres* exemplificam esse arranjo horizontal, pautado pela cooperação e pelo compromisso com pautas de interesse público.

Sempre houve e há até o momento também, um movimento crescente de parcerias entre veículos tradicionais de comunicação e organizações jornalísticas independentes. Tais articulações são estratégicas para a produção de conteúdos mais densos, viabilizados por meio do compartilhamento de dados, fontes, infraestrutura, tecnologia e equipes editoriais. Exemplos como os estabelecidos entre El País, The Intercept Brasil e Agência Pública ilustram a importância dessa cooperação interinstitucional na ampliação do escopo e da qualidade das reportagens, sobretudo em contextos de restrições orçamentárias e desafios à liberdade de imprensa.

Este capítulo representa a junção clara entre gênero, trabalho e tecnologia ao demonstrar como as mulheres jornalistas têm enfrentado condições de trabalho precarizadas intensificadas pelo avanço da digitalização, sobretudo quando atuam como *freelancers*. O quadro a seguir sintetiza os principais conceitos, dados e implicações desse cenário.

Quadro 13 – Jornalistas S/A

EIXO	CONTEÚDO
Conceito central	O modelo <i>freelance</i> atual representa uma estratégia de flexibilização produtiva que aprofunda a precarização do trabalho jornalístico.
Termos-chave	Empreendedor de si, MEI, PJ, informalidade, flexibilidade, plataformização, acúmulo de funções.
Autores	Burkhardt (2006); Sodré (1999); Figaro (2020); Martins (2019); Littau, Nielsen (2016); Amaral (2017); Pereira (2020); Bastos (2018); Shirky (2011); Gillmor (2006).
Impactos no jornalismo	Falta de direitos trabalhistas, instabilidade financeira, múltiplos empregos, ausência de proteção institucional, desvalorização da atividade.
Plataformas e redes	Uso crescente de plataformas digitais para captação de trabalho e formação de redes colaborativas.
Reflexões críticas	A cultura da colaboração surge como resistência, mas convive com a exploração; o futuro do jornalismo depende da valorização do trabalho e da equidade de gênero.

Fonte: elaborado pela autora.

A sobreposição de múltiplas tarefas, a ausência de direitos trabalhistas, a informalidade, instabilidade financeira e a dependência de plataformas digitais são as principais expressões contemporâneas da feminização do trabalho no jornalismo, marcadas por desigualdades estruturais e sustentadas pelo modelo de acumulação flexível que privilegia a eficiência em detrimento do bem-estar humano. No próximo capítulo, essas expressões se materializam nas vozes das próprias jornalistas *freelancers*. Seus relatos lançam luz sobre os impactos subjetivos da precarização, a experiência da dupla jornada, os dilemas éticos e emocionais vividos na prática cotidiana da profissão.

6 GÊNERO, PRECARIZAÇÃO E EMPREENDEDORISMO: PONTOS E CONTRAPONTOS

Este sexto capítulo marca a transição da etapa teórica para a análise empírica da pesquisa, por meio da sistematização e interpretação das entrevistas realizadas com jornalistas *freelancers*. Trata-se da fase em que os conceitos discutidos anteriormente, como feminização do trabalho, plataformização, precarização, empreendedorismo, tecnologias e desregulamentação das relações laborais, ganham concretude, na relação das experiências vividas por mulheres que atuam no jornalismo de maneira autônoma. A proposta é compreender como essas profissionais elaboram sentidos sobre suas práticas cotidianas, enfrentam os efeitos da precarização, constroem estratégias próprias de inserção, permanência e reconhecimento num cenário profissional instável e em constante transformação.

Para isso, optou-se por entrevistas semiestruturadas com seis jornalistas brasileiras *freelancers*, com atuação em diferentes áreas da profissão: jornalismo impresso, jornalismo digital, jornalismo corporativo, telejornalismo, radiojornalismo e fotojornalismo. A seleção foi realizada com base em amostragem não probabilística por conveniência, priorizando profissionais acessíveis à pesquisadora e cujas trajetórias dialogassem com as questões centrais da investigação. As entrevistas foram realizadas remotamente entre setembro e outubro de 2024, com duração média de 1 hora e 45 minutos, e todas as participantes autorizaram o uso de suas falas sob anonimato. Ao longo do capítulo, elas serão identificadas pela área em que atuam predominantemente, garantindo sua confidencialidade sem comprometer a riqueza dos relatos.

As participantes foram convidadas, formal e individualmente, por e-mail, que teve apenas um remetente (eu, proponente desta pesquisa) e um destinatário (a entrevistada), para que se pudesse evitar que qualquer dos dados pessoais de uma fosse divulgado para outras. O texto-padrão enviado a cada uma delas está no Apêndice B, e o instrumento de coleta de dados (pré-roteiro de entrevista), no Apêndice A.

A escolha pela entrevista como instrumento de coleta de dados nesta pesquisa está relacionada não apenas ao tipo de investigação adotada, mas também à minha trajetória profissional em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Essa experiência contribuiu para que as entrevistas fossem conduzidas com familiaridade e fluidez, resultado da prática consolidada ao longo da carreira.

Durante a chamada etapa de campo, termo utilizado por Minayo (2019), optou-se pela realização de entrevistas reflexivas. Esse modelo, conforme proposto por Szymanski

(2001), caracteriza-se por permitir que o pesquisador compartilhe suas interpretações com os entrevistados, promovendo um diálogo em que o conhecimento é construído de forma conjunta. Assim, os participantes não apenas validam as compreensões emergentes, como também têm a chance de repensar suas falas, complementá-las ou reformulá-las com base nas interações durante a entrevista.

A autora ainda destaca a importância de garantir aos entrevistados o acesso às transcrições das conversas gravadas, a fim de possibilitar revisões, seja para excluir, seja para acrescentar conteúdos. Isso se justifica pelo caráter interativo e não neutro da entrevista, compreendida como um espaço de trocas interpretativas que influenciam e são influenciadas pela própria dinâmica da conversa.

Para conduzir esse tipo de entrevista, Szymanski (2001) sugere o formato semiestruturado iniciando com um roteiro previamente delineado, alinhado aos objetivos da pesquisa, mas que possa ser ampliado conforme os desdobramentos espontâneos das respostas. A abertura ao diálogo, o compartilhamento de sentidos e a horizontalidade entre pesquisador e entrevistados são elementos centrais, pois contribuem para que os participantes se sintam à vontade para se expressar livremente.

As entrevistas desta pesquisa foram realizadas de maneira remota, síncrona, utilizando-se a plataforma cedida pela Unesp, Google Meet. De acordo com Flick (2013), esse formato apresenta vantagens como a otimização de tempo e recursos, além da possibilidade de incluir pessoas geograficamente distantes, que talvez não pudessem participar em encontros presenciais. Mesmo à distância, o autor observa que é possível captar expressões faciais e gestos que ajudam na compreensão das falas. Entretanto, ele também aponta como limitação a ausência do contato físico, o que pode impactar na construção da empatia durante a interação.

Após a realização, as entrevistas foram transcritas e encaminhadas aos participantes para validação. Em seguida, iniciou-se a etapa de tratamento e análise dos dados, conforme a classificação de Minayo (2019) com o uso da Análise de Conteúdo (AC), proposta por Bardin (1977). Essa técnica permite examinar manifestações presentes em diversos tipos de comunicação, como publicidades, reportagens, narrativas cotidianas, grafites, e, neste caso, nas falas de jornalistas *freelancers*.

Segundo Bardin, a AC possibilita identificar os sentidos explícitos e inferir aqueles que estão subentendidos, permitindo deduções lógicas sobre a intenção comunicativa e os possíveis efeitos das mensagens. Essa abordagem torna-se especialmente útil para compreender as camadas de significado nas narrativas construídas pelas entrevistadas.

A seguir, apresenta-se um quadro-síntese com os perfis das entrevistadas, que revela uma composição marcada por contrastes geracionais e distintos percursos profissionais. Algumas construíram suas trajetórias em ambientes tradicionais da imprensa; outras transitaram por diferentes formatos ao longo dos anos. Mais do que comparar áreas de atuação, essa diversidade permite observar como os aspectos de tempo de carreira e da relação com a tecnologia e o ambiente profissional em que cada uma atua direcionam maneiras específicas de vivenciar o jornalismo *freelance*.

Figura 8 - Perfis das entrevistadas

	Impresso	Telejornalismo
Faixa etária	38	39
Tempo de formação	12	17
Atuação principal	Redações e conteúdo	TV e rádio
Experiências adicionais	Ghostwriting e edição	Reportagem ao vivo

	Digital	Fotojornalismo			
Faixa etária	60	50			
Tempo de formação	38	21			
Atuação principal	Mídia digital e blogs	Impressos e portais			
Experiências adicionais	Atuação em TV e jornal impresso	Cobertura política e urbana			
	Corporativo	Rádio			New
Faixa etária	42	59			New
Tempo de formação	21	36			New
Atuação principal	Comunicação institucional	Rádio e assessoria			New
Experiências adicionais	TV, docência e marketing médico	Ensino superior em Jornalismo			New

Fonte: gerado pela autora no Napkin.

As entrevistas foram analisadas com base em núcleos interpretativos macros, definidos a partir da recorrência e relevância dos temas mencionados pelas participantes. Essa estratégia permitiu agrupar as falas em torno de tópicos que articulam dimensões materiais e simbólicas do trabalho *freelance*. A escuta das experiências relatadas foi essencial para tensionar as hipóteses levantadas anteriormente e trazer à tona contradições que não seriam visíveis apenas pela via teórica. Mais do que confirmar os conceitos teóricos trabalhados nesta tese, o

objetivo é compreender como essas mulheres problematizam e, muitas vezes, ressignificam suas trajetórias profissionais diante das exigências do jornalismo contemporâneo.

6.1 Trabalho *freelance*: Liberdade ou precarização?

O trabalho de jornalistas *freelancers* no Brasil, especialmente no caso das mulheres, apresenta o retrato fiel de uma profissão em transição, marcada por questões históricas e estruturais, que possuem contornos atrelados com as dinâmicas da contemporaneidade. A partir das entrevistas realizadas com seis mulheres jornalistas *freelancers* atuantes em diferentes veículos e com diferentes tipos de suporte para o desempenho dos seus trabalhos, surgem reflexões que dialogam com a literatura acadêmica e com o panorama do mercado jornalístico; e essas reflexões reforçam o cenário de precarização profissional que se manifesta de formas variadas, muitas vezes agravadas por questões de gênero e pelas especificidades do trabalho autônomo, além das tecnologias emergentes.

A precarização do trabalho jornalístico, embora não seja um fenômeno recente, ganha interpretações particulares na modalidade de contratação *freelance*. Esse modelo coloca “sobre os ombros das profissionais” a carga de responsabilidades que, anteriormente, era dividida ou totalmente assumida pelas empresas de comunicação.

Entre essas responsabilidades estão questões jurídicas, tributárias, custos de compra e manutenção de equipamentos, e cuidados com a própria segurança, especialmente em áreas mais arriscadas como o fotojornalismo e o telejornalismo, uma vez que a profissional porta equipamentos de alto custo para desempenhar suas funções. Além da busca pelo conhecimento especializado, como relatam Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 43) quando falam sobre o jornalista precisar cada vez mais de conhecimento profundo sobre algo, além do conhecimento sobre as práticas jornalísticas em si.

Um dos fatores identificados nas entrevistas que contribuem para a precarização está associado à resistência de algumas jornalistas em se atualizarem e se adaptarem às exigências de um mercado em constante transformação. As profissionais que conseguem se alinhar às novas tendências, dominando ferramentas digitais e se especializando em áreas emergentes como o marketing digital e produção de conteúdo multiplataforma, alcançam os melhores salários e níveis de realização profissional mais elevados. No entanto, essa adaptação nem sempre é uma escolha fácil ou acessível, especialmente para aquelas que enfrentam barreiras como a falta de tempo para estudos, recursos financeiros limitados ou sobrecarga de responsabilidades. Essa resistência não deve ser vista como mera negligência da profissional

freelancer, mas como um reflexo de um sistema que frequentemente falha em oferecer suporte adequado para a formação continuada.

A variação na rentabilidade entre as diferentes áreas da profissão merece destaque. Setores como o jornalismo corporativo e digital se mostram mais lucrativos, proporcionando remunerações mais altas e maior estabilidade às profissionais que investem suas profissões nessas áreas. Por outro lado, o rádio e o fotojornalismo figuram entre os segmentos menos rentáveis, o que cogita uma desvalorização histórica desses campos no Brasil, como defendem as entrevistadas. Já o jornalismo impresso e televisivo ocupam uma posição intermediária, com salários medianos que variam conforme a relevância do veículo e a complexidade das pautas, assim como a organização administrativa do veículo de comunicação.

Essa desigualdade entre os setores reforça a necessidade de diversificação de habilidades e de estratégias de atuação, especialmente para as mulheres que buscam maior autonomia financeira. Conforme reforça a entrevistada de fotojornalismo:

A fotografia tende a ser menos remunerada. Com relação ao contrato, o *freelancer* é uma mão de obra barata, não tem nenhum tipo de encargo, oferece nota por MEI e todos os encargos são do profissional; em foto tem que ter equipamentos (câmeras, computador...) e é preciso investir em equipamento; e qualquer prejuízo que você tenha é seu. Independentemente do que aconteça tem que entregar o trabalho; e o salário, é menor, sempre.

Inclusive, a entrevistada considera como ponto mais desafiador no trabalho *freelance*, a situação de instabilidade para “conseguir o trabalho e de assumir todos os custos, riscos e qualquer tipo de problema que se possa ter”.

Quando o desafio é sobreposto e interseccionado ao fato de ser mulher, ela relata que:

Ser mulher já é a primeira prova, porque as pessoas imaginam que você não é capaz pelo simples fato do gênero. Ser jornalista tem sido uma profissão desvalorizada, o que era o pretencioso que sabia tudo virou o primo pobre da comunicação. Ser da fotografia então... No meu caso ainda tem a questão da idade, então eu sofro a questão do etarismo. Tem a questão da tecnologia, as empresas não querem formar profissionais, querem que cheguem pronto. Para minha geração tem uma sobreposição de questões que pesa para o mercado. A ideia dos meus concursos (a entrevistada está prestando concurso público) é sair da área para garantir uma certa estabilidade, porque a nossa cultura não está disposta a ouvir experiência, fazer troca e pagar pela experiência.

A entrevistada de radiojornalismo conta que, hoje, não se submete à multitarefas por baixos pagamentos, “mas quem está no mercado são submetidas e sobrecarregadas por tarefas”. Percebe-se que a jornalista *freelancer* se insere delicadamente no contexto do jornalista multitarefa, uma figura cada vez mais comum no cenário atual – e não somente do

jornalismo, onde as funções tradicionais se diluem e os profissionais precisam se adaptar a múltiplos papéis dentro de um único projeto ou trabalho quando a jornalista não é mais apenas a responsável pela apuração e redação da matéria, mas acumula tarefas que antes eram divididas entre diferentes profissionais.

Essa sobrecarga de funções é mais um reflexo da precarização do jornalismo, já que a exigência de ser multitarefa é imposta sem a devida compensação em termos de tempo ou remuneração. Além das competências técnicas exigidas, como a capacidade de propor pautas, escrever, gravar e editar rapidamente, a jornalista precisa também desenvolver habilidades interpessoais que são cruciais para a manutenção de boas relações profissionais e a permanência no mercado. "Para se manter no jornalismo *freelance* a longo prazo, não basta dominar a técnica; é preciso também gerenciar as relações profissionais", explica uma jornalista entrevistada representando o jornalismo impresso.

Posto isso, entende-se que a dinâmica do trabalho *freelance*, por sua natureza, tem exigido das profissionais uma abertura ao empreendedorismo. Para se destacar no mercado, é essencial que as jornalistas mantenham uma rede de contatos ativa, busquem constantemente novos projetos e estejam disponíveis para oportunidades, muitas delas novas e nunca estudadas por elas. No entanto, essa demanda por "estar em evidência" tem se apresentado como um desafio para mulheres que têm filhos ou que assumem outras responsabilidades de cuidado, como o com idosos da família, por exemplo.

Hirata e Kérgeat (2007, p. 596), ao analisar a divisão sexual do trabalho e como as mulheres são frequentemente sobrecarregadas com duplas ou triplas jornadas (trabalho remunerado, cuidados domésticos e familiares), abordam a importância de verificar não apenas as disparidades entre homens e mulheres no âmbito do trabalho remunerado e nas carreiras profissionais, mas também nas tarefas domésticas; observam o progresso, as evoluções e as mudanças dentro dessa distribuição, muitas vezes, desequilibrada.

A falta de disponibilidade para investir em *networking* e para aceitar trabalhos em horários pouco convencionais muitas vezes resulta na perda de oportunidades, reforçando a desigualdade de gênero no mercado de trabalho.

Há ainda o peso adicional de conciliar essas demandas com as obrigações familiares e sociais que, culturalmente, recaem de forma mais intensa sobre elas, como relata a entrevistada representando o jornalismo corporativo:

[...] a disparidade acontece entre pessoas que têm filhos e as que não tem filhos, porque é um mercado que exige muita dedicação, tem que estar presente em conteúdo digital, eventos de network e quando se tem filhos você não consegue

entregar 15 horas por dia de trabalho. Então eu abro mão desse tempo para estar com minha família e percebo que quem não tem filhos consegue estar mais presente e fechar mais negócios por isso; homem com filho ainda consegue entregar mais que a mulher porque tem uma mulher que assume a retaguarda.

Conforme comenta a entrevistada, “o *freelancer* é um empreendedor que precisa estar em evidência”. A reflexão ganha uma discussão complementar com a entrevistada representando o jornalismo impresso:

É triste, mas é uma realidade e muita gente lida com esse contexto. Por ser mulher acaba-se se sujeitando a algumas coisas por estar em uma situação de cuidado, então se submete porque mesmo precarizadas é a única forma de continuar trabalhando.

Essa parte não foi vivida pela entrevistada, mas ela relatou que já presenciou nos ambientes laborais nas quais transita. Faz-se importante colocar que a precarização no jornalismo não é apenas uma consequência das transformações recentes do mercado; trata-se de uma característica antiga, estrutural e cultural da profissão, que tem raízes profundas na forma como o trabalho jornalístico é percebido e valorizado, sobretudo atualmente.

Muitos profissionais, especialmente no início da carreira, aceitam condições de trabalho inadequadas como uma forma de construir experiência e portfólio. No caso das mulheres, essa realidade é ainda mais comum, pois elas frequentemente enfrentam situações em que precisam conciliar o trabalho com as responsabilidades de cuidadoras, seja de filhos, idosos ou pessoas doentes, como já enfatizado. Essa aceitação de condições precárias cria um ciclo vicioso, em que o mercado é educado a desvalorizar o trabalho jornalístico, perpetuando a exploração.

A entrevistada da área de jornalismo digital, diz que:

A precarização é uma coisa da profissão, o pagar mal, não ter contrato de trabalho, receber quando puder pagar (indicando que não caso deles), mas quando presta serviço para outros portais menores é mais difícil ter uma regularidade no pagamento. Para mim isso faz parte de precarização. A precarização é da profissão e principalmente do trabalho do *freelancer*.

Fato que é confirmado pela entrevistada de jornalismo televisivo:

Eu ganho por produtividade. Teve muitos meses que eu não ganhei nada. Eu fiquei grávida, tive duas gestações, e nesses períodos eu não ganhei nada, não tive nenhum direito trabalhista. O que eu posso te dizer é que se oferece muito pouco.

A entrevistada de telejornalismo ainda reflete sobre os tabus que existem dentro das empresas de jornalismo, como o olhar para dentro e refletir sobre os seus próprios desafios e como superá-los em prol das pessoas que fazem o jornalismo. Ela indica que:

Não podemos, na nossa área, falar abertamente. Sempre vai ter um foca, sonhador, jovem, que vai substituir você. Então vem da própria sociedade, principalmente brasileira, de ver o jornalismo como um bando de pessoas mentirosas e as empresas percebem que o jornalismo não dá dinheiro, era pela credibilidade, mas que credibilidade hoje em dia? E a sociedade como um todo só tem a perder pelas mentiras publicadas, ou com parcialidade. Por exemplo, trabalho escravo na indústria de champanhe na França. Quem está publicando isso? Ninguém. O que tem é o governo pagar para os jornalistas visitarem o local e falarem sobre a champanhe, então são matérias todas positivas que acontecem na França e no Brasil também. E a culpa é de quem? Do dinheiro, do sistema. Coisas absurdas acontecem e eu não posso falar nada. Entrou dinheiro na redação e temos que falar bem da reforma da previdência, porque tem muita matéria comprada. Eu não vou como repórter, investigar os lados e isso é insatisfatório. Não foi pra isso que fiz jornalismo.

A entrevistada de telejornalismo explica que, estruturalmente, vive uma situação de precarização das mais evidentes e que esse modelo tem se tornado comum na área quando os jornalistas assumem todos os equipamentos que necessitam para a produção jornalística:

Até roubo tem – mesmo que seja em hotel, dentro de sala de imprensa. Eu trabalho sozinha, aonde eu vou eu levo tudo. Além dos perigos, os chefes querem que além da matéria da TV, eu escreva para o site do veículo, o post do Instagram, e um pedaço do áudio da entrevista em MP3 para rádio, mas o meu dia continua tendo 24 horas e o meu trabalho foi multiplicado. As pessoas têm ficado doentes nesse sistema, porque não tem como fazer muito bom o trabalho e ficar bem por estar exausto. No analógico eu tinha um tempo maior, porque demorava para a matéria chegar, hoje é tudo imediato e isso faz com que a qualidade da informação seja inferior, porque existe uma pressão psicológica que diz respeito ao tempo, tenho que ser rápida, porque tenho menos tempo para apurar, escrever. É a grande mudança e a gente não aprendeu ainda a colocar limites. As horas de trabalho não foram multiplicadas com as facilidades da tecnologia, sem melhorar o trabalho.

Segundo Figaro (2018, p. 142), justificando o exemplo anterior, o trabalho jornalístico passou por uma intensificação significativa devido às mudanças nas lógicas do mercado de trabalho. Embora as práticas contemporâneas proporcionem um ganho de tempo em comparação às formas tradicionais, esse tempo é rapidamente preenchido por atividades incessantes, eliminando momentos de pausa ou de gestão pessoal, tanto dentro quanto fora do trabalho. Essa intensificação está diretamente relacionada ao fluxo contínuo de informações, que simultaneamente valoriza e banaliza o jornalismo.

Figaro (2018, p. 581) argumenta que a subordinação das mulheres é resultado de fatores históricos que vão além do nível individual, envolvendo o controle do corpo feminino como forma de perpetuar a estrutura social e a lógica do mercado. Citando Bourdieu (2002), aponta que essa tradição está enraizada no cotidiano e reforçada por instituições como a família, a escola e os meios de comunicação, naturalizando atitudes e comportamentos que colocam as mulheres em posições inferiores e subalternas. Isso explica as jornadas duplas e triplas de trabalho, o papel de cuidadoras e outras responsabilidades atribuídas às mulheres.

Além disso, destaca-se o papel da dominação de classe, que se manifesta pela submissão, exploração do tempo e pela limitação da autonomia e da cidadania feminina. Por isso, as mulheres, incluindo as jornalistas, são tanto vítimas dessa estrutura quanto, em alguns casos, guardiãs dela, devido à sua condição de força de trabalho barata e submissa ao longo de muito tempo.

Por tratar de limites, a entrevistada de televisão relata sobre algo ainda inexplorado no Brasil e no mundo e que tem muito a avançar, que é o direito autoral por tempo indeterminado do jornalismo *freelance*.

Gravo com a câmera, celular, para capturar áudio e imagens para a reportagem. Sempre autoral. As agências de notícias já enviam para todos os veículos a mesma coisa, então eu tenho que fazer o diferencial, é o que justifica o trabalho do *freelancer*. Nas agências de notícias, não é tudo liberado, tem as questões de direitos autorais. Usar novamente tem que pagar, fatos do passado tem que pagar. Mas as que eu envio pode usar por tempo indeterminado, aquelas imagens que eu cobrei pouco para fazer pode usar. As agências fazem e vendem caríssimo, eu também faço e vendo ganhando pouco pela reportagem com a minha apuração.

A fala da entrevistada revela uma tensão central no jornalismo contemporâneo: o conflito entre o valor autoral do conteúdo jornalístico e as dinâmicas comerciais que desvalorizam esse trabalho, especialmente no caso do *freelance*. Ao afirmar que suas reportagens são sempre autorais e que, ainda assim, os conteúdos produzidos podem ser utilizados por tempo indeterminado, a profissional evidencia a precarização dos direitos autorais no jornalismo independente, onde muitas vezes a necessidade de visibilidade e remuneração imediata se sobrepõe à proteção legal da propriedade intelectual.

Esse cenário reforça a invisibilidade institucional do *freelancer* como um profissional que produz, apura, edita e entrega a reportagem completa, mas que permanece à margem das garantias contratuais oferecidas aos jornalistas vinculados a grandes veículos. A invisibilidade institucional do *freelancer* refere-se à dificuldade que essas profissionais enfrentam em serem reconhecidas e protegidas pelas políticas e leis trabalhistas, assim como por estruturas de apoio que visam a outros tipos de trabalhadores. Nesse sentido, a discussão sobre direitos autorais no jornalismo *freelance* extrapola a dimensão jurídica e insere no debate ético e político sobre o reconhecimento do jornalista como trabalhador criativo e sobre a necessidade de regulamentações que protejam a autoria e garantam condições justas de trabalho no campo da comunicação.

Na mesma linha de pensamento, tem-se como aspecto relevante nas entrevistas a ausência de segurança no trabalho *freelance*, tanto no sentido financeiro, de material, quanto no de bem-estar físico e mental. A falta de benefícios trabalhistas, como plano de saúde, férias

remuneradas e contribuição para a aposentadoria, expõe as profissionais a uma vulnerabilidade significativa. Além disso, a irregularidade dos pagamentos e a instabilidade dos contratos geram ansiedade e incerteza. A análise desse achado leva em consideração que a consolidação histórica do jornalismo no Brasil sempre transitou entre o compromisso com a sociedade e as pressões impostas pelas dinâmicas do mercado.

No caso do jornalismo *freelance* essa oscilação se transforma em abismo: há compromisso ético, mas pouca sustentação material. A precarização, portanto, não é apenas uma condição laboral, de trabalho estritamente, mas uma ameaça direta à qualidade da informação que chega à sociedade.

Para reforçar e sustentar essa ideia, tem-se a experiência da entrevistada do jornalismo impresso ao revelar aspectos cruciais sobre a realidade do trabalho *freelance*, as características inevitáveis desse tipo de trabalho, como a sazonalidade e a instabilidade, que tornam a atuação mais solitária e sem a troca que seria comum em ambientes institucionais; questão, embora compreendida como parte do formato *freelance*, que não deixa de ser um desafio que impacta a satisfação profissional. No entanto, o aspecto mais profundo da entrevista é quando entrevistada reflete sobre como a profissionalização do *freelancer* no jornalismo muitas vezes vem atrelada a uma diminuição das condições de trabalho e da segurança, em comparação ao que seria oferecido a um colaborador fixo.

A ausência de apoio institucional em áreas como saúde, suporte jurídico e psicológico se torna uma preocupação, principalmente diante da responsabilidade de entregar o mesmo nível de trabalho sem as garantias de uma organização formal. A vulnerabilidade do *freelancer* é enfatizada, especialmente nos primeiros anos dessa jornada. Em contraponto, relata que ao migrar para outras áreas, como o jornalismo corporativo e o trabalho como *ghostwriter*, sente mais segurança devido à escolha de projetos que se alinham melhor com seu perfil e ao fato de estar em ambientes mais estruturados.

A entrevistada do jornalismo impresso também destaca uma importante mudança de postura que teve ao longo do tempo, conseguindo negociar pautas mais adequadas e se posicionando com mais firmeza, algo que nem todos os colegas conseguem fazer devido à pressão de se submeter às condições impostas.

Eu tentei democratizar o desconforto. Eu dizia: essa pauta eu não posso fazer, leva para uma pessoa da sua redação, isso é completamente descabido para mim. Eu também muitas vezes sabia que a empresa estava desconfortável de trazer aquela pauta para mim como “freela”, mas é porque eles não tinham gente interna, porque às vezes a redação não tinha repórter, era apenas o editor. Então eu voltava e falava que não ia fazer.

O que se tem com o depoimento da entrevistada é que, embora a flexibilização aparente dar mais liberdade ao jornalista autônomo, ela tende a mascarar relações de dependência e desproteção, dificultando o enfrentamento de pautas problemáticas ou mal remuneradas.

A entrevistada, nesse sentido, rompe com essa lógica ao recusar trabalhos que a colocam em situação de vulnerabilidade, e sua atitude também revela o esvaziamento das redações, fenômeno crescente em veículos de imprensa no Brasil, onde o enxugamento das equipes fixas intensifica a terceirização da produção jornalística. Como pesquisadora, interpreto a resistência da entrevistada não apenas como uma estratégia individual, mas uma forma de reposicionar o papel do *freelancer* como sujeito ativo nas decisões editoriais e não apenas um executor passivo de demandas alheias.

Para a entrevistada, a falta de uma categoria ou associação que represente os *freelancers* é identificada como uma lacuna, que poderia proporcionar apoio mútuo e troca de experiências entre os profissionais. Essa reflexão sobre segurança no trabalho é decisiva, pois a entrevistada reconhece que, ao fazer escolhas mais conscientes e buscar suporte de associações como a ABRAJI, conseguiu melhorar suas condições de trabalho e se sentir mais segura em sua atuação. Trata-se de uma tentativa de construir uma zona de proteção simbólica e concreta, onde a informação, a orientação jurídica e o pertencimento a uma comunidade profissional fazem diferença na tomada de decisões. Como alternativa a essa postura da entrevistada, uma proposta seria a consolidação e construção de redes entre trabalhadoras da mídia que tenham suporte para resistir aos efeitos da flexibilização laboral, possibilitando trocas, apoio mútuo e a formação de identidade profissional coletiva.

As entrevistadas relataram, todas elas, que o trabalho *freelance* oferece pontos positivos que não podem ser ignorados. A flexibilidade e liberdade de tempo, e a possibilidade de trabalho remoto são aspectos valorizados por elas, pois permitem maior autonomia na gestão do tempo e na conciliação entre vida profissional e pessoal.

Além disso, a liberdade para escolher os projetos nos quais desejam trabalhar e a chance de escalar financeiramente, dependendo do setor de atuação, são fatores que atraem muitas mulheres para essa modalidade. Entretanto, os aspectos positivos não são suficientes para compensar as desvantagens mais graves, como a instabilidade e a imprevisibilidade de novos e constantes trabalhos. A necessidade de provar constantemente a competência, aliada à prática comum de exigir mais do que é pago, cria um ambiente de trabalho exaustivo e, muitas vezes, insustentável.

Adicionalmente, a inserção da tecnologia no jornalismo, embora tenha facilitado práticas, também apresenta os seus desafios. No caso do fotojornalismo e do telejornalismo, por exemplo, a exigência de dominar softwares de edição e de realizar múltiplas funções (produzir, gravar, editar e transmitir) tornou o trabalho ainda mais cansativo e estressante, longo porque ampliam-se as tarefas de uma pessoa só. Por outro lado, para aquelas que trabalham remotamente, a tecnologia facilitou a integração com equipes em diferentes localidades, embora o processo adaptativo inicial tenha sido difícil para muitas, como defende a entrevista de jornalismo digital:

Durante a pandemia, de uma semana pra outra, aprendemos a usar os sistemas de edição, fazer no *laptop* em casa; no começo foi difícil e importante. Depois eu me apropriei da tecnologia e ficou tudo mais fácil. Eu acho que é cada vez mais útil. Eu tenho tentado aprender a usar IA com mais propriedade, fiz um curso do portal da Exame, só que você tem que sempre checar duplamente e não confiar plenamente. Ao incluir a fonte, já ajuda bastante na checagem.

A análise das entrevistas evidencia pontos indicativos de que a precarização no jornalismo é uma questão que transcende a modalidade *freelance*, embora seja acentuada nesse modelo de trabalho. A falta de regulamentação específica, apoio de classe, alta concorrência e desvalorização histórica da profissão contribuem para agravar a realidade. É possível enxergar melhorias das condições e investir em capacitação contínua, participar de redes de apoio e coletivos profissionais, adotar uma postura firme na negociação de preços e condições contratuais. Mas também é imperativa a luta contra a precarização e ela exige abordagem coletiva, que inclua a criação de políticas públicas voltadas para a proteção dos *freelancers* e a valorização do trabalho jornalístico, sobretudo.

É fundamental que a profissão seja reconhecida como atividade essencial para a sociedade, o que implica não apenas melhores condições de trabalho, mas também o fortalecimento de um mercado justo e inclusivo. Para as mulheres, essa luta é ainda mais urgente, pois representa não apenas a busca por igualdade de oportunidades, mas também a possibilidade de construir carreira e que ela respeite e valorize suas contribuições, sem as limitações impostas por um sistema desigual, como indica a entrevistada do fotojornalismo quando cita o etarismo.

Ao analisar as experiências dessas seis mulheres, compreende-se preliminarmente as múltiplas dimensões da precarização no jornalismo brasileiro, que envolve gênero e tecnologia, também e não somente; é possível identificar as ameaças e as fortalezas que esse modelo de trabalho *freelance* apresenta.

Embora a realidade seja marcada por dificuldades, a resiliência e a criatividade das profissionais destacam a importância de continuar concorrendo por um mercado de trabalho digno e equitativo. Portanto, as novas modalidades de contratação mais flexíveis, aliadas ao impacto da tecnologia, estão transformando as práticas e processos jornalísticos. Esse fenômeno pode ser visto como a revolução mais recente da profissão, que exigirá adaptações para garantir sua continuidade e preservar seus objetivos essenciais.

Posto isso, os resultados iniciais da tese aqui desenvolvida revelam a importância do estudo para aprofundar a compreensão sobre a precarização no jornalismo *freelance*, especialmente entre as mulheres jornalistas. Eles apoiam a justificativa inicial ao evidenciar como a falta de regulamentação, a instabilidade das condições de trabalho e as desigualdades salariais afetam diretamente essas profissionais. Além disso, os achados reforçam a importância de políticas públicas voltadas à proteção das *freelancers* e à valorização do jornalismo, além de destacar como as novas tecnologias e formas de contratação pelo empreendedorismo, embora apresentem agravantes, também oferecem conveniências para reconfigurar o mercado de trabalho. Assim, os achados reforçam a urgência de se criar um ambiente de trabalho justo, especialmente no que diz respeito às questões de gênero, e iniciam futuras discussões nas áreas de práticas laborais.

A relação entre gênero, precarização, tecnologias digitais e empreendedorismo tem se mostrado complexa. Se, por um lado, essas interseções abrem novas possibilidades e promovem o cenário empreendedor, por outro, persistem provocações que reforçam desigualdades de gênero e condições de trabalho precarizadas, como invisibilidade institucional, informalidade e ausência de garantias trabalhistas, criando um ciclo de vulnerabilidade que afeta sobretudo aquelas que já enfrentam barreiras no mercado de trabalho conforme tratado no capítulo anterior.

Nessa dinâmica, onde o progresso e os obstáculos posicionam-se lado a lado impactando diretamente as trajetórias individuais e coletivas das profissionais envolvidas, este subcapítulo analisa justamente essas tensões, destacando contradições ainda persistentes, a fim de compreender até que ponto o empreendedorismo pode ser uma via de emancipação no sentido de independência, autonomia e autossuficiência; ou, ao contrário, um mecanismo que perpetua a precarização do trabalho entre jornalistas *freelancers*.

O quadro "perfil do trabalho e renda" apresenta aspectos-chave relacionados à inserção e permanência no mercado de trabalho, sendo avaliados fatores como remuneração, disparidade salarial; vínculo empregatício; experiência em outras áreas da Comunicação Social; e motivos para a entrada no mercado de *freelancers*. A proposta desse quadro

representa um esforço metodológico de sistematização de dados qualitativos colhidos durante as entrevistas, apontando padrões recorrentes e divergências que evidenciam a complexidade da experiência *freelance* entre as mulheres jornalistas que participaram desta pesquisa.

Quadro 14 - Perfil do trabalho e da renda

PERFIL DO TRABALHO E DA RENDA		
ASPECTOS	CONVERGÊNCIA	DIVERGÊNCIA
Remuneração	Apenas de acordo com a produção e após o trabalho ser entregue.	
Disparidade salarial entre homens e mulheres	Homens ganham mais que mulheres, e <i>freelancers</i> recebem menos que CLTs .	A disparidade salarial é atribuída ao gênero, idade ou parentalidade.
Experiência em outras áreas da Comunicação Social	Profissionais possuem experiência em diversas áreas da comunicação, como docência, assessoria, rádio, eventos e consultoria.	15% não possuem experiência em outras áreas da comunicação.
Vínculo como CLT.	Profissionais já tiveram experiência como CLT.	
Motivo para a entrada no mercado de <i>freelancers</i> .	Após demissão ou por falta de oportunidades no mercado.	Por convite ou pela liberdade de gerir sua própria agenda.

Fonte: elaborado pela autora.

No aspecto “Remuneração”, todas as entrevistadas indicaram que seus ganhos são determinados, exclusivamente, pela produção e somente após a entrega do trabalho. Isso revela um padrão de inserção profissional marcado pela ausência de garantias, como salário fixo, benefícios e segurança financeira a longo prazo. Esse dado reforça a lógica do trabalho contemporâneo, na qual o risco e a responsabilidade pelo sucesso recaem integralmente sobre o indivíduo, desvinculando o Estado e os empregadores de suas obrigações sociais. Igualmente reforça a precarização do trabalho feminino no empreendedorismo e no mercado de *freelancers*, pois implica que essas profissionais assumam integralmente os riscos do negócio, sem previsibilidade de renda ou proteção trabalhista, mesmo possuindo empresa formalizada e emitindo notas fiscais.

É relevante notar que a formalização jurídica (como a abertura de empresa e emissão de nota fiscal) não implica necessariamente proteção trabalhista ou previdenciária, mas mascara a informalidade nas relações de trabalho e faz-se importante o entendimento desta diferença.

Um fato alarmante é que as profissionais *freelancers* continuam submetidas à lógica da instabilidade financeira com o pagamento dependendo da demanda e, pior, da aceitação do serviço prestado por parte do contratante, não deixando margem para erro, sendo esta uma característica humana de ser ser-humano. Essa exigência de “infalibilidade” revela um outro lado que pode ser considerado como a dimensão subjetiva da precarização, em que a insegurança econômica se traduz em autocobrança permanente e culpa por eventuais falhas.

Sabe-se que a realidade de baixos salários já foi comentada neste trabalho, sobretudo para algumas áreas como o fotojornalismo e o radiojornalismo, contudo, como revela a entrevistada do jornalismo corporativo, seu salário é sempre acima de 10 salários mínimos mensais, assim como a entrevistada do jornalismo digital, embora revele que ela como *freelancer* ganha menos que o CLT na mesma posição para os canais para os quais presta serviço. Segundo o Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, o piso da categoria 2025-2026 para assessoria de imprensa seria de R\$ 4.889,61 para 5h de trabalho diários e para 7h, fica em R\$ 7.823,38. Tendo em vista que a entrevistada trabalha entre 41 e 44 horas semanais, o valor mensal recebido é acima da média. Contudo, ainda que essa remuneração seja considerada acima da média em uma observação rasa, é importante verificar a sustentabilidade dessas cifras à luz dos encargos, tributos e ausência de direitos sociais que caracterizam o trabalho *freelance*, uma vez que o valor bruto não equivale à segurança socioeconômica.

Vale ressaltar que a estratégia de precificação da profissional leva em consideração seu tempo como *freelancer*, entre 6 e 10 anos, sua formação vasta em cursos de graduação e pós-graduação, somando mais de 6; sem contar os seus 21 anos de experiências em áreas da comunicação, o que lhe atribui credibilidade e consistência nos trabalhos entregues. A entrevistada relatou um portfólio em áreas como: reportagem para televisão, reportagem para site, assessoria de imprensa, gestão de marketing, gestão de comunicação, rádio, produção de conteúdo para cinema, organização de eventos, marketing digital, treinamento para palestrantes, posicionamento para vídeos e trabalhos como *ghost writer*. A multivalência de atuação da entrevistada pode ser interpretada como resposta adaptativa à fragmentação do mercado, mas também indicar pressão por constante reinvenção e acúmulo de funções, como ela mesma relatou.

Segundo a entrevistada, os trabalhos são tantos que hoje ela conta com prestadores de serviços para complementar ações que ela sozinha não consegue desempenhar, tendo uma equipe remota de oito pessoas, sendo duas no comercial, uma de suporte, uma social media, uma designer, uma webdesigner, um gestor de tráfego e uma secretária. A fala reforça o

paradoxo do *freelancer*: apesar da autonomia, assume o papel de microempresária, arcando com responsabilidades típicas de uma gestão empresarial, sem, no entanto, usufruir das proteções garantidas aos empregadores formais.

No tema "Disparidade salarial entre homens e mulheres", as respostas das entrevistadas revelam tanto um consenso quanto nuances que aprofundam o debate. De um lado, algumas participantes apontaram que os homens, de fato, ganham mais que as mulheres e que, no geral, *freelancers* recebem menos do que trabalhadores com vínculo CLT. Por outro lado, algumas trouxeram uma abordagem mais interseccional, destacando que a disparidade salarial não se resume apenas à questão de gênero, mas se agrava quando combinada a outros fatores, como idade e parentalidade – seja no cuidado com filhos, pais idosos ou outras responsabilidades familiares. Nesse sentido, mulheres mais velhas ou mães tendem a enfrentar barreiras adicionais, ampliando desigualdades já existentes.

Diante dessas percepções, fica evidente que o problema envolve tanto desafios estruturais, como a histórica desigualdade salarial entre homens e mulheres, quanto desafios estruturantes, relacionados às múltiplas camadas de desigualdade que se sobrepõem e influenciam diretamente o acesso a melhores remunerações no mercado de trabalho.

A entrevistada da área de radiojornalismo relata que, como foi:

Editora de jornalismo FM por mais de 12 anos, ali eu sentia disparidades e quando eu comecei também sentia, mas eu pensava estou no início e quando você desenvolve o seu dom, o seu talento, habilidades, construindo a sua carreira e chega na média e seu salário continua desvalorizado, então eu me senti desvalorizada durante uns bons anos. Os que sentavam só pra apresentar havia uma disparidade enorme, pra quem não trabalhava tanto, não produzia, então eu senti bastante. Até que você começa a se valorizar e buscar o seu direito. É quando você entra na diretoria e exige que o salário seja mais, aí vem com papo que pra gente não dá.

Esse relato é fundamental para a pesquisa por apresentar a precarização como uma experiência vivida, não apenas uma constatação estatística; também, pela valorização da voz das entrevistadas dando densidade etnográfica e legitimidade empírica ao argumento da pesquisa.

Ainda no tema "Disparidade salarial entre homens e mulheres", na realidade da jornalista *freelancer* na área de telejornalismo, diferente do período em que trabalhava sob contrato CLT, quando eventuais imprevistos como a ausência de um entrevistado ou condições climáticas adversas eram compensados, agora qualquer contratempo resulta em prejuízo total. Além de produzir reportagens, a profissional conta que precisa arcar com despesas como gasolina, estacionamento, aluguel de equipamentos e alimentação, sem

qualquer garantia de retorno caso a pauta não dê certo. “Hoje, eu perco tudo o que investi”, destaca, evidenciando a instabilidade da profissão. São tantas camadas nessa fala, mas sobretudo revela um importante deslocamento da lógica de custo-benefício do empregador para o profissional, representando um fenômeno de “terceirização total da responsabilidade”.

Além disso, há uma pressão para entregar um diferencial competitivo, visto que os veículos de comunicação já possuem o material fornecido pelas agências de notícias. A jornalista aponta ainda que a soma dessas preocupações afeta a qualidade da reportagem, tornando inviável “dar conta de tudo isso e fazer um bom trabalho”.

Na prática, o profissional *freelancer* se torna “uma empresa sozinha”, responsável por cada etapa da produção jornalística, desde a apuração até os custos operacionais, sem a segurança oferecida por um vínculo empregatício:

Eles veem você como se você fosse um empregado, na lógica eles são os clientes e eu o fornecedor; o problema do serviço que eu vendo é que o editor está na redação como empregado e espera de mim como se eu fosse empregada.

No aspecto “Experiência em outras áreas da Comunicação Social”, as entrevistadas relataram vivência em diversas frentes de atuação, como docência, assessoria de imprensa, assessoria de comunicação, rádio, comunicação para eventos, comunicação especializada, comunicação para executivos, consultoria, dentre outras. Apenas uma delas afirmou não ter experiência fora da sua área específica, pois sempre manteve o foco em um único segmento e hoje se sente desvalorizada, assim como o segmento que escolheu. É justamente essa pessoa que se sente mais desanimada com a profissão e deseja mudar de carreira; tanto que está estudando e prestando concursos públicos em busca de novas oportunidades.

Essa amplitude da experiência das entrevistadas é um indicador explícito de flexibilização compulsória da trajetória profissional, exigindo múltiplas competências e constante atualização, reforçando o conceito de “trabalhador polivalente”. Entende-se, nesta pesquisa, por flexibilização compulsória um processo em que a aplicação de uma norma é obrigatória, não voluntária.

No aspecto “vínculo como CLT”, todas as entrevistadas indicaram já ter tido essa experiência em algum momento da carreira, o que sugere que a transição para o trabalho *freelance* não foi uma escolha única, mas um movimento motivado por mudanças no mercado ou na trajetória profissional de cada uma. Esse dado também aponta para a familiaridade prévia das entrevistadas com o regime celetista e as condições associadas a ele, como estabilidade, benefícios e carga horária fixa.

Já no aspecto seguinte, “motivo para a entrada no mercado de *freelancers*”, as respostas revelam duas grandes motivações para essa transição. De um lado, há aquelas que migraram para o trabalho autônomo por necessidade, seja após uma demissão ou devido à falta de oportunidades no mercado formal. Esse grupo tem uma característica da precarização do trabalho na comunicação: a instabilidade do emprego formal, que frequentemente empurra profissionais para o empreendedorismo por falta de alternativa. Por outro lado, há aquelas que ingressaram no mercado *freelancer* por escolha, seja por convite ou pelo desejo de ter mais autonomia na gestão do tempo e da carreira, principalmente.

Para essas profissionais, a flexibilidade e a possibilidade de assumir projetos diversos aparecem como atrativos, ainda que essa liberdade venha acompanhada da inconstância na demanda por trabalho e a ausência de benefícios trabalhistas. A entrevistada da área de jornalismo corporativo relatou que tinha o desejo de:

Ser mãe e a posição CLT me deixava presa, sem rotina, porque onde eu estava eu não tinha horário fixo. Foi quando o marketing digital surgiu e eu vi a possibilidade de estabilidade, por querer casar, ganhar mais dinheiro, ter liberdade de tempo, geográfica, criar de qualquer lugar, criar a minha agenda, criar a minha rotina.

Nesse relato, encontra-se um dado importante sobre a tensão entre maternidade e mercado formal: a escolha pelo *freelance*, nesse caso, está associada à tentativa de conciliar trabalho produtivo e reprodutivo, o que aponta para lacunas nas políticas de conciliação entre vida profissional e pessoal, independente do modelo de trabalho.

E você *freelancer*, tem que mandar o diferencial, porque eu já tenho o material que a agência enviou. Tem que ser jornalista que gasta a sola do sapato, gastou horas de trabalho, gasolina, estacionamento, aluguel do seu equipamento, alimentação... muitas vezes não dá certo e eu perdi o dia de trabalho – entrevistado não apareceu, choveu... quando eu era CLT marcávamos outro dia e eu ganhava o meu dia de trabalho, hoje eu perco tudo o que eu investi. São muitas preocupações que o jornalista não tem que ter. Não dá para dar conta de tudo isso e fazer uma boa reportagem. Na verdade, eu sou uma empresa sozinha.

O relato da entrevistada da área de telejornalismo expõe a realidade da precarização do trabalho *freelance*, evidenciando a transferência dos custos e riscos da produção jornalística para o próprio profissional. Ao comparar sua experiência como CLT e *freelancer*, a jornalista destaca a ausência de garantias mínimas, como compensação por imprevistos e cobertura de despesas operacionais.

A fala também ressalta a sobrecarga profissional, já que além de produzir conteúdo de qualidade, a jornalista precisa lidar com custos logísticos, investimentos em equipamentos e incertezas financeiras. Essa dinâmica reforça a ideia de que o *freelancer* não atua apenas

como repórter, mas como uma empresa individual, assumindo riscos que, em um contrato formal, seriam compartilhados com o empregador. Esse conceito, fortemente ligado à noção de empreendedor de si mesmo, ilustra as subjetividades do discurso da produtividade e da autonomia, ainda que essa autonomia se dê sob forte vulnerabilidade social.

A partir dessas respostas, fica evidente que a inserção no mercado *freelance* não ocorre de maneira homogênea: enquanto algumas profissionais enxergam na atuação autônoma um meio de independência e crescimento, outras a vivenciam como necessidade imposta pelo mercado de trabalho, considerado, instável e excludente.

Este subcapítulo analisou as ambivalências da atuação *freelance* no jornalismo a partir dos relatos das entrevistadas, com foco nas tensões entre autonomia e precarização. Para dar visibilidade a essas contradições, o quadro a seguir organiza os aspectos centrais da pesquisa de campo relacionados ao perfil do trabalho e da renda:

Quadro 15 – Trabalho freelance: Liberdade ou precarização

EIXO	CONTEÚDO
Modelo de remuneração	Baseado exclusivamente na produção e na entrega do trabalho, sem salário fixo, previsibilidade ou benefícios garantidos. A lógica do pagamento posterior expõe as jornalistas à instabilidade financeira constante.
Desigualdade de gênero	A disparidade salarial persiste, especialmente quando cruzada com marcadores como idade e parentalidade. <i>Freelancers</i> , em geral, recebem menos do que profissionais com vínculo formal; e mulheres mais velhas ou mães enfrentam desvantagens adicionais.
Experiência profissional	A maioria das entrevistadas acumula vivências em diferentes áreas da comunicação, o que reflete a exigência de polivalência. Essa flexibilização nem sempre é voluntária, e indica sobrecarga e fragmentação de trajetória.
Transição para o freelance	Todas as entrevistadas já atuaram sob regime CLT. A migração para o trabalho autônomo ocorre tanto por necessidade após demissões ou falta de oportunidades quanto por desejo de autonomia e conciliação com a vida pessoal.
Condições de trabalho	As jornalistas assumem funções que extrapolam a produção jornalística, incluindo logística, gestão financeira, captação de clientes e autogestão. Em muitos casos, atuam como microempresárias sem as proteções legais garantidas aos empregadores formais.
Tensões e contradições	A atuação <i>freelancer</i> é percebida ora como espaço de reinvenção e liberdade, ora como território de vulnerabilidade. A ausência de garantias e o deslocamento de responsabilidades do contratante para o contratado revelam um paradoxo estruturante do trabalho autônomo feminino.

Fonte: elaborado pela autora com base nas entrevistas realizadas (2025).

Essas diferentes perspectivas ajudam a compreender as contradições do empreendedorismo feminino na comunicação que representa oportunidade de emancipação da mesma forma que reforça a precarização das condições de trabalho. Portanto, a conclusão reafirma a ambiguidade estrutural do trabalho *freelance* atual como espaço de fomento e

precarização, paradoxo merece ser explorado como achado central desse e de estudos complementares.

O subcapítulo “Condições de trabalho e influência das tecnologias” explora a influência das tecnologias, especialmente o impacto das ferramentas digitais e das dinâmicas do trabalho remoto na rotina das entrevistadas, destacando tanto os ganhos em flexibilidade quanto os desafios relacionados à sobrecarga e à dissolução de fronteiras entre tempo pessoal e profissional.

6.2 Condições de trabalho e a influência das tecnologias

Dando continuidade à análise das transformações nas práticas jornalísticas, esta seção aprofunda a reflexão sobre as condições de trabalho e o impacto das tecnologias digitais na rotina das profissionais, assim, sistematizamos os achados deste subcapítulo no quadro abaixo. As tendências já observadas, como a flexibilização, a expansão do trabalho remoto e a crescente autonomia, aqui se desdobram em perspectiva comparativa, destacando pontos de convergência e divergência vivenciados no cotidiano do jornalismo *freelance*.

A análise confirma a valorização da liberdade de tempo e espaço, das novas oportunidades de crescimento e do uso das tecnologias como ferramenta de potencialização da prática jornalística; assim como indica a precarização das relações de trabalho, a ausência de garantias, a instabilidade financeira e as dificuldades específicas enfrentadas por mulheres na profissão. Ao sintetizar essas percepções e antecipar algumas discussões que serão aprofundadas ao longo do capítulo, o quadro abaixo permite, visualmente, demonstrar as tensões que marcam o jornalismo em tempos de acelerada transformação tecnológica.

Quadro 16 - Condições de trabalho e tecnologias

CONDIÇÕES DE TRABALHO E TECNOLOGIAS		
ASPECTOS	CONVERGÊNCIA	DIVERGÊNCIA
Como considera a sua condição de trabalho, em uma escala de 0 a 10, sendo 0 ruim e 10 ótimo?	8 a 10 pela flexibilidade, trabalho online e possibilidade de aprendizado constante.	0 a 4 pela falta de estabilidade e previsibilidade salarial, além da segurança e o fato de ganhar por produção, o que acaba interferindo na própria produção e na qualidade de vida do profissional.

Benefícios, como plano de saúde, plano odontológico, férias remuneradas, 13º, participação nos lucros e resultados, ou outros.	Falta de garantia e benefícios, e outras questões além, como responsabilidades jurídicas, pelo espaço, aquisição de equipamentos e manutenção.	
Segurança no trabalho.	A segurança no trabalho depende de escolhas, experiência e um ambiente estruturado que proporciona confiança, tudo de responsabilidade do <i>freelancer</i> .	Nem todas se sentem seguras, pois a percepção varia conforme experiências e condições individuais.
Oportunidades de crescimento.	A maioria percebe oportunidades de crescimento, seja por demanda, experiência ou desenvolvimento profissional.	Alguns não enxergam crescimento ou buscam alternativas, como concursos, devido à instabilidade profissional.
Alteração mais significativa que você teve na rotina da profissão.	Adaptação ao trabalho remoto e tecnologia como avanço, que apresentou mais equidade nas oportunidades.	Cultura da profissão e falta de rotina.
Desafio do trabalho <i>freelance</i>	Instabilidade financeira, falta de previsibilidade e dificuldades na gestão.	Adaptação cultural do CLT, impacto na qualidade de vida e produção.
Ponto forte do trabalho <i>freelance</i>	Liberdade, seja de tempo, espaço ou escolha de projetos.	Além da flexibilidade, algumas destacam benefícios financeiros e a possibilidade de equilibrar vida pessoal e profissional.
Desafio do trabalho <i>freelance</i> como mulher	Desafios relacionados à conquista de respeito e segurança no ambiente.	
Ponto forte do trabalho <i>freelance</i> como mulher	Permite às mulheres superar obstáculos, utilizar sensibilidade e flexibilidade para entregar qualidade.	
Uso de tecnologias para a coleta de conteúdos e fatos jornalísticos	Facilitam o trabalho jornalístico e apresentam benefícios.	Prejudicam a troca profissional e resultam em sobrecarga de trabalho, além de gerar acúmulo de funções.
Uso de tecnologias na produção de conteúdo jornalístico	Precarizam o jornalismo, aumentando a pressão pela exigência da checagem constante, e contribuindo para a desinformação.	

Fonte: elaborado pela autora.

No aspecto “Como considera a sua condição de trabalho, em uma escala de 0 a 10, sendo 0 ruim e 10 ótimo?”, algumas entrevistadas atribuíram notas altas (8 a 10), destacando a flexibilidade, o trabalho online, a possibilidade de aprendizado contínuo, a autonomia e o controle sobre a rotina como vantagens do modelo autônomo. Para elas, esses fatores positivos que se sobrepõem aos negativos que existem “em qualquer que seja a realidade”, como comentam.

Já outras deram notas baixas (0 a 4), apontando a falta de estabilidade, a imprevisibilidade da renda e a ausência de garantias como obstáculos que impactam a qualidade de vida, e também a segurança financeira, física, pessoal e jurídica. Para essas, a falta de direitos trabalhistas e de respaldo legal é um dos maiores descontentamentos por expor essas profissionais a situações de exploração, inadimplência de clientes e até riscos relacionados ao ambiente de trabalho.

A dualidade entre as respostas das entrevistadas reflete o ponto de tensão do empreendedorismo, uma vez que algumas enxergam a liberdade como uma oportunidade, e outras percebem a precarização e a vulnerabilidade.

A fala da entrevistada de jornalismo corporativo ganha mais sentido quando ela relata sobre o empreendedorismo e o momento em que visualizou que o sonho em uma nova agenda dentro da comunicação poderia fazer sentido:

Eu tive que aprender a ser empreendedora. Eu fazia muita coisa de forma intuitiva, e a ficha caiu após 3 anos e eu consegui. Considero nota 10 a minha condição atual de trabalho porque eu consegui: tempo para criar minha rotina. Eu não trabalho pouco, mas eu escolho trabalhar em casa e eu queria o meu espaço e a possibilidade de escolha. Eu consegui a liberdade de ser possível eu ir atrás do meu faturamento, eu conseguir criar o meu dinheiro, não esperar uma promoção; hoje eu posso ir atrás do cliente e fazer as coisas acontecerem.

A análise mais profunda desse cenário é a internalização positiva do discurso da autonomia, próprio da racionalidade neoliberal, que valoriza a autogestão mesmo em contextos de insegurança estrutural. Percebe-se a disparidade de percepções marcada pela ambivalência do trabalho autônomo contemporâneo que agrada e desagrada, ao mesmo tempo que oferece liberdade, expõe à vulnerabilidade. Ou seja, a autonomia é retratada como conquista, mas à custa de uma trajetória de adaptação que requer capital e redes de apoio, condições nem sempre disponíveis a todas as profissionais.

No aspecto “Benefícios, como plano de saúde, plano odontológico, férias remuneradas, 13º, participação nos lucros e resultados, ou outros”, foi unânime a resposta de que faltam garantias e benefícios, sendo estes um dos principais desafios do trabalho autônomo. A ausência de plano de saúde, plano odontológico, férias remuneradas, 13º salário e participação nos lucros deixa claro a precarização desse modelo, já que responsabilidade por custos e segurança recai integralmente sobre a profissional.

Também foram mencionadas outras dificuldades que vão além da ausência de benefícios tradicionais, como as responsabilidades jurídicas sobre a atividade, os custos com espaço de trabalho, aquisição de equipamentos e manutenção desses equipamentos, sejam eles

programas de computadores para edição e finalização, por exemplo, ou equipamentos para uso na “rua” durante a produção das matérias pautadas. Assim, as respostas confirmam que além da instabilidade financeira, há um alto custo operacional para manter a atividade de forma que, muitas vezes, não é sustentável.

Diferentemente de trabalhadores CLT, que contam com suporte da empresa para essas questões, as *freelancers* precisam arcar sozinhas com essas despesas e riscos que se tornam despesas, o que faz com que sua posição no mercado seja ainda mais vulnerável. Um exemplo é a *freelancer* entrevistada da área de jornalismo corporativo que indicou ter a necessidade de adiantar todo o trabalho caso tenha que ficar alguns dias sem trabalhar: “para que as pausas aconteçam, como eu não tenho sócio, eu preciso deixar tudo planejado e entender que naquele momento de pausa vai ter uma repercussão de não vender tanto”. Trata-se da transferência integral de riscos ao trabalhador, sem a contrapartida das proteções tradicionalmente asseguradas pela legislação trabalhista. Esse testemunho explicita a sobreposição entre vida profissional e pessoal; e a contradição entre o discurso de modernização do trabalho e a realidade da informalização.

Essa resposta abre espaço para a reflexão sobre o que tem acontecido no Brasil, a ausência de garantias e benefícios para trabalhadores autônomos e *freelancers*, refletindo o grave “problema” de uma categoria que cresce cada vez mais sem a devida proteção legal. Aprovada em julho de 2017, a reforma trabalhista alterou a CLT em mais de cem pontos. Segundo estudo do Instituto Brasileiro de Economia da FGV (FGV-Ibre), sete em cada dez trabalhadores brasileiros autônomos desejam um emprego com carteira assinada depois de oito anos da reforma trabalhista, que incentivou a informalidade do mercado de trabalho com a promessa de criar 6 milhões de empregos, o que não aconteceu.

A “Segurança no trabalho” entre as *freelancers* foi percebida em dois grupos de respostas. O primeiro grupo afirmou que a segurança depende de escolhas individuais, experiência e ambiente estruturado, sendo, portanto, responsabilidade exclusiva da profissional investir em infraestrutura, planejamento e contratos sólidos como formas adotadas para minimizar os riscos. Já o segundo grupo destacou que nem todas as entrevistadas se sentem seguras, pois essa percepção de segurança varia conforme a trajetória profissional, as experiências vividas e as condições individuais, indicando que fatores externos influenciam na sensação de segurança.

Essa divergência expõe o problema central desse aspecto tendo a responsabilidade pela segurança no trabalho que recai totalmente sobre a profissional, estando ela satisfeita ou não, mas certamente sem suporte do Estado ou de empregadores, evidenciando ainda mais o

desafio da informalidade com suas condições mais individualizadas do que com garantias coletivas. Esse ponto demonstra como a responsabilização individual se impõe mesmo quando os riscos são estruturais, reforçando a lógica da meritocracia que desconsidera as desigualdades e seus contextos.

No aspecto “Oportunidades de crescimento”, a percepção entre as entrevistadas também varia conforme suas experiências e perspectivas de longo prazo. A maioria acredita que há espaço para evolução na carreira, seja pelo aumento da demanda, pelo acúmulo de experiência ou pelo desenvolvimento contínuo de novas habilidades, sobretudo a partir do domínio das tecnologias digitais.

Para elas, o mercado *freelance* oferece possibilidades de crescimento financeiro e profissional, ainda que exija esforço e adaptação constante e individual, sobretudo no quesito tempo e disponibilidade para *networking*. No entanto, parte das entrevistadas não enxerga nessa mesma perspectiva e, diante da instabilidade do setor já apresentada, busca alternativas como concursos públicos ou empregos formais que oferecem maior segurança e previsibilidade financeira. Então, embora o trabalho autônomo possa representar uma trajetória promissora, também é visto como uma fase transitória e insustentável a longo prazo.

No aspecto “Alteração mais significativa que você teve na rotina da profissão”, os principais apontamentos refletem transformações no mercado de trabalho e na organização da profissão. As entrevistadas convergiram na opinião de que a adaptação ao trabalho remoto e ao uso da tecnologia foram avanços que ampliaram as oportunidades e apresentaram mais equidade no acesso ao mercado, já que barreiras geográficas foram reduzidas e novas possibilidades surgiram com o digital. Para essas profissionais, a tecnologia permitiu maior autonomia e, sobretudo, otimização das atividades a partir de plataformas. As entrevistadas divergiram no sentido de que a alteração mais forte aconteceu na cultura da profissão e na falta de uma rotina fixa, como consequência, apontando que a ausência de horários regulares e a necessidade de constante adaptação tornam o trabalho mais imprevisível e, em alguns casos, desgastante.

Ao compreender a ambivalência, apresenta-se o sintoma da intensificação da autogestão, tendo a profissional assumido a responsabilidade por planejar, executar, revisar, precificar e entregar seu próprio trabalho, sem separação entre setores ou suporte institucional, o que exige habilidades que vão além da prática jornalística em si, como marketing pessoal, gestão financeira e técnica, e negociação com clientes. Também ambivalente é a quebra de fronteiras entre tempo de vida e tempo de trabalho, já que o trabalho remoto e digital elimina as barreiras físicas e temporais, fazendo com que o “local de

trabalho” se mistura ao espaço doméstico, e o “tempo de descanso” seja frequentemente interrompido por demandas. Um exemplo que tem acontecido frequentemente e relatado pelas entrevistadas: o celular vira ferramenta de apuração, o WhatsApp vira canal de pauta, e o fim de semana deixa de ser inviolável. Como resultado, o corpo e a mente nunca “desligam”, segundo a entrevistada do telejornalismo.

Sobre o “Desafio do trabalho *freelancer*” as entrevistadas relataram instabilidade financeira, seguida pelo complemento da falta de previsibilidade de renda e dificuldades na gestão do próprio negócio como as principais barreiras da modalidade autônoma. “Não ter tanta certeza do faturamento e do tanto do dinheiro na conta” é a ausência de um salário fixo e de garantias que torna a segurança financeira frágil, exigindo planejamento constante para lidar com períodos de baixa demanda.

Também foi mencionada a adaptação cultural ao modelo *freelance*, especialmente para quem veio do regime CLT, como um grande desafio no sentido de essa transição para um trabalho sem horário fixo, benefícios e suporte empresarial afetar a qualidade de vida e a produtividade pela sobrecarga e a necessidade de constante autogestão. As falas das entrevistadas deixam evidentes que a transição de um regime de direitos para uma lógica de responsabilidade individual representa, na prática, uma mudança de paradigma, saindo do trabalho protegido e indo para o trabalho incerto.

Todas as entrevistadas, no aspecto “Principais desafios do trabalho *freelance* como mulher”, relataram que eles estão relacionados à conquista de respeito e segurança no ambiente profissional, traduzindo, são as desigualdades de gênero, a exposição a situações de desvalorização, assédio e instabilidade nas relações de trabalho pelo simples fato de serem mulheres e “terem que provar para que vieram”. Sem um ambiente corporativo estruturado ou mecanismos institucionais de proteção, muitas precisam estabelecer seus próprios limites e garantir sua segurança, seja em negociações ou seja na interação com clientes. Além disso, a necessidade constante de provar competência para obter reconhecimento e melhores oportunidades indica o desafio que não é apenas do jornalismo, mas de diversas áreas se acentuando no trabalho autônomo.

Para a entrevistada do jornalismo televisivo, a segurança é uma das principais preocupações, especialmente para mulheres que atuam sozinhas em coberturas externas. A ausência de uma equipe de apoio aumenta a vulnerabilidade em determinadas situações e ela relembra um episódio em que um morador de rua jogou sua câmera no chão, a xingou, a empurrou e quebrou seu equipamento. Desde então, passou a ser acompanhada pelo marido em determinadas coberturas, uma medida que não seria necessária caso estivesse sob um

contrato CLT. Isso porque, no vínculo formal, as jornalistas costumam contar com um motorista e/ou um cinegrafista, o que proporciona maior segurança e suporte durante o trabalho. Já no modelo *freelance*, a profissional está “exposta e sozinha”, sem qualquer respaldo caso enfrente situações de risco, fazendo da segurança, que deveria ser uma garantia, uma preocupação pessoal.

Quando questionadas sobre o “Ponto forte do trabalho *freelancer*”, a maioria concordou que o principal é a liberdade, seja em termos de tempo, permitindo maior autonomia na organização da rotina, espaço, com a possibilidade de trabalhar de qualquer lugar; ou escolha de projetos por controle sobre os trabalhos que aceita; benefícios financeiros, com a possibilidade de ganhar mais dependendo da demanda e, claro, consequência de um esforço pessoal; e a capacidade de equilibrar vida pessoal e profissional, especialmente para aquelas que buscam flexibilidade para cuidar da família ou de outras responsabilidades pessoais. Essa percepção positiva, contudo, está condicionada à capacidade de autogerenciamento e ao capital simbólico, social e cultural acumulado, que nem todas possuem.

Já no que diz respeito ao “Ponto forte do trabalho *freelancer* como mulher”, houve unanimidade nas respostas com todas as entrevistadas destacando que essa modalidade permite às mulheres superarem obstáculos típicos do mercado de trabalho tradicional, como a discriminação de gênero, e utilizar sensibilidade e flexibilidade para entregar qualidade no serviço. Para elas, essa autonomia oferece a possibilidade de as mulheres se expressarem de maneira mais autêntica e de moldar suas carreiras de acordo com suas necessidades, mostrando como o mercado *freelance* pode ser um espaço de empoderamento e adaptação às demandas pessoais e profissionais. Como pesquisadora, interpreto a visão otimista avaliando em paralelo com os riscos da romantização do empreendedorismo feminino, apropriada por discursos que ocultam as desigualdades.

Ao entender o aspecto “Uso de tecnologias para coleta de conteúdos e fatos jornalísticos” as entrevistadas relataram que as tecnologias facilitam o trabalho jornalístico e apresentam benefícios, como a agilidade na coleta de informações e o acesso mais rápido a fontes e dados, contribuindo para a eficiência e a atualização constante das pautas; entendem as ferramentas tecnológicas como aliadas que foram se tornando essenciais ao longo do tempo para a otimização do processo jornalístico, sobretudo a partir de 2020 com a pandemia e o alargamento do trabalho remoto. No entanto, também destacaram que as tecnologias prejudicam a troca profissional e geram sobrecarga de trabalho, uma vez que precisam lidar com o acúmulo de funções e responsabilidades, como o gerenciamento de múltiplas

plataformas e a coleta incessante de dados, interferindo na qualidade do trabalho e na qualidade da vida pessoal devido ao estresse.

Quando se referem à troca profissional, elas sentem falta de novos olhares, conversas que apenas o presencial proporciona, porque o trabalho remoto acaba anulando a relação vivida que a profissional tem com o espaço, uma vez que ele se restringe à tela, resultando em um estreitamento da experiência do corpo como um participante do mundo espacial, da percepção e de sentimentos; assim a profissional está “descorporizada” e, ao mesmo tempo, não tem a experiência plena no tempo, do antes, do depois, do agora, do futuro, do passado, já que tudo acontece agora.

Quanto ao aspecto “Uso de Tecnologias na Produção de Conteúdo Jornalístico”, com unanimidade nas respostas, todas as entrevistadas concordam que essas ferramentas precarizam o jornalismo. A pressão pela checagem constante e a exigência de rapidez na produção aumentaram com o uso de plataformas digitais e algoritmos, resultando na sobrecarga que compromete a qualidade da informação produzida. Tudo isso sem entrar no mérito da desinformação, consequência da disseminação de notícias que nem sempre são acompanhadas de rigor na verificação dos fatos.

A digitalização do trabalho, para as entrevistadas, impôs intensificação das jornadas e dissolução dos limites entre funções técnicas e intelectuais, fenômeno característico do capitalismo de plataforma. Então encontra-se, nesse contexto, justamente o que o quadro evidencia: a tensão estrutural entre as exigências do mercado digital e os princípios da profissão jornalística, resultando no impacto sobre a qualidade informativa. A digitalização do jornalismo, portanto, não apenas redefine as rotinas produtivas, mas reconfigura a própria natureza da profissão.

A jornalista entrevistada da área de fotojornalismo destaca como a tecnologia transformou a dinâmica do trabalho no jornalismo, impondo novas exigências aos profissionais. Antes vistos como produtores de conteúdo, os jornalistas agora também precisam operar ferramentas tecnológicas, assumindo custos e responsabilidades que antes pertenciam às empresas de comunicação. “O profissional tem que ter todo o aparato daquilo que é demandado”, evidenciando a transferência do investimento tecnológico para os próprios trabalhadores, sem qualquer suporte institucional.

A promessa de inovação e modernização do jornalismo, com novos recursos tecnológicos, se revela uma utopia para muitos profissionais, já que são eles que arcam com os custos dessa transformação. Paralelamente, o enfraquecimento das redações tradicionais levou a migração da produção jornalística para as assessorias de imprensa, que passaram a

concentrar grande parte das demandas da área. Nesse novo cenário, muitos jornalistas atuam como *freelancers*, prestadores de serviço ou PJ, sem vínculo empregatício e expostos a condições de trabalho mais precarizadas. Essa mudança estrutural evidencia a perda da força de tração do jornalismo tradicional, que já não consegue absorver os profissionais da mesma forma que antes. Com isso, a autonomia e a independência jornalística são comprometidas, pois a produção de conteúdo se torna cada vez mais dependente dos interesses do mercado e das demandas corporativas.

Este subcapítulo aprofunda a análise das condições de trabalho das jornalistas *freelancers* diante das transformações tecnológicas que moldam a prática jornalística contemporânea. A partir das entrevistas realizadas, foi possível identificar percepções recorrentes e ambíguas sobre liberdade, insegurança, oportunidades e sobrecarga. O quadro a seguir sistematiza os principais achados empíricos relacionados a esse cenário:

Quadro 17 – Condições de trabalho e a influência das tecnologias

EIXO	CONTEÚDO
Percepção da condição de trabalho	As opiniões variam entre alta satisfação devido a flexibilidade do trabalho remoto e da autonomia; e avaliações negativas, marcadas pela instabilidade financeira e ausência de garantias.
Benefícios e proteção social	A falta de plano de saúde, férias remuneradas, 13º salário e outros benefícios é percebida como uma das principais fragilidades do modelo autônomo, reforçando a informalidade estrutural.
Segurança	A responsabilidade pela segurança recai inteiramente sobre a profissional.
Oportunidades de crescimento	Algumas entrevistadas enxergam no <i>freelancer</i> um espaço de expansão profissional e financeira; outras consideram a modalidade insustentável no longo prazo e buscam alternativas.
Transformações na rotina	O trabalho remoto e a incorporação de tecnologias redefiniram a organização do tempo e do espaço, promovendo autonomia, mas também sobrecarga e dissolução de fronteiras entre vida pessoal e profissional.
Desafios específicos como mulheres	Relatos indicam dificuldades ligadas à conquista de respeito, segurança em campo e enfrentamento de desigualdades de gênero. Situações de exposição e assédio foram mencionadas como riscos comuns.
Potenciais positivos do trabalho autônomo	A liberdade de tempo, de escolha de projetos e de espaço geográfico são os principais atrativos. Para muitas, o modelo permite conciliar carreira, maternidade e bem-estar.
Tecnologias na coleta e produção jornalística	Se por um lado otimizam processos, ampliam acesso a fontes e dinamizam a apuração, por outro, geram acúmulo de funções, reduzem a troca profissional e impõem sobrecarga emocional e física.
Impacto da digitalização	A intensificação do uso de plataformas e algoritmos compromete a qualidade do jornalismo e acentua a precarização. A ausência de suporte institucional obriga as jornalistas a assumirem integralmente os custos tecnológicos.

Fonte: elaborado pela autora com base nas entrevistas realizadas (2024).

Em síntese, o conjunto de respostas demonstra o jornalismo contemporâneo das mulheres *freelancers* feito sob promessas de autonomia, tendo as tecnologias aprofundado a precarização, mesmo que esta esteja camuflada pelo discurso positivo. Por isso, torna-se urgente problematizar o discurso da autonomia como sinônimo de emancipação, reivindicando políticas públicas e regulamentações que garantam proteção social sem eliminar as conquistas de flexibilidade e criatividade profissional. O importante é que a ambivalência do jornalismo *freelance* não seja naturalizada, mas compreendida como parte de uma lógica que exige enfrentamento coletivo e institucional.

Por fim, o último subcapítulo “Feminização do jornalismo e desigualdade estrutural” analisa como as desigualdades de gênero são sentidas nas vivências dessas profissionais, afetando suas condições de trabalho e reconhecimento no campo jornalístico. Apesar do aumento numérico da presença feminina no campo jornalístico, os dados revelam que tal avanço não se traduz, necessariamente, em igualdade de oportunidades ou em transformações estruturais no exercício da profissão.

6.3 Feminização do jornalismo e desigualdade estrutural

Nesta seção, propomos a discussão a partir das informações sistematizadas no quadro que norteia este capítulo. Tem-se, portanto, a intenção de aprofundar a discussão sobre a feminização do jornalismo e suas repercussões nas condições de trabalho. As respostas das entrevistadas sugerem que embora a presença de mulheres na profissão tenha se ampliado significativamente, isso não tem garantido a igualdade nas relações laborais ou melhoria estrutural nas condições de atuação. Os dados do quadro indicam que a feminização do jornalismo precisa ser analisada não apenas em termos numéricos, mas sobretudo como fenômeno estrutural que evidencia as desigualdades históricas e atuais na dinâmica produtiva da profissão.

Quadro 18 - Vivência

VIVÊNCIA		
ASPECTOS	CONVERGÊNCIA	DIVERGÊNCIA
Mulheres em cargos de gestão	A presença de mulheres em cargos de gestão existe, mas ainda é limitada e, muitas vezes, aleatória.	Alguns veem espaços mais igualitários no jornalismo, enquanto outros percebem predominância masculina em cargos superiores.

Feminização do jornalismo	A feminização do jornalismo é uma realidade, com muitas mulheres ocupando espaços e cargos de chefia.	A feminização está ligada à precarização do trabalho, destacando os desafios como estereótipos e masculinização.
Feminização do jornalismo influenciando as condições de trabalho na profissão	A presença feminina no jornalismo influencia as condições de trabalho, trazendo mais sensibilidade e diálogo.	Enquanto algumas veem impacto positivo, outras apontam exploração, menores salários e manipulação no mercado.
Reorganização do mundo do trabalho		Enquanto algumas acreditam que o trabalho remoto melhora a qualidade de vida pela flexibilidade e produtividade, outras veem isso como um fator de precarização, com falta de suporte e risco de juniorização.
Precarização laboral do jornalismo	Resulta da sobrecarga de funções, falta de estrutura e baixos salários. Vive um contraste entre demanda crescente e condições precárias, afetando tanto as profissionais quanto o conteúdo.	

Fonte: elaborado pela autora.

Ao avaliar o quadro “Vivência”, no aspecto “Mulheres em cargos de gestão” as entrevistadas relatam que, no jornalismo essa presença é reconhecida, mas ainda limitada e, muitas vezes, aleatória. Enquanto algumas apontam que o setor tem se tornado mais igualitário, permitindo que mulheres alcancem postos de liderança, outras percebem que a predominância masculina ainda persiste nos cargos superiores, especialmente nas grandes empresas de comunicação e para as quais as *freelancers* prestam serviço.

O aspecto “Feminização do jornalismo” apresenta achados complementares do “Mulheres em cargos de gestão”. Nele, percebe-se um fenômeno consolidado, com muitas mulheres ocupando cargos e ganhando espaço no setor. Porém, essa mudança é vista sob óticas divergentes, tendo de um lado o reconhecimento de avanço significativo na representatividade feminina e no acesso a posições de chefia; e de outro, a percepção de que essa feminização está atrelada à precarização do trabalho, com mulheres frequentemente submetidas a salários menores, menos estabilidade, maior carga de trabalho, enfrentando desafios como a necessidade de adaptação a estereótipos de gênero e à masculinização do ambiente para serem aceitas e valorizadas profissionalmente.

A entrevistada que na ocasião da entrevista (16/09/2024) estava no jornalismo corporativo e passou por outras posições conta que, ao longo de sua carreira, vê as mulheres

se masculinizando para suportar a carga toda. Quando eu disse à minha chefe que queria engravidar, ela me disse que eu era louca. Todas as mulheres com quem eu

trabalhava não tinha filhos. Na rua, você precisa se vestir e se portar como homem. Um exemplo, estou cobrindo um engarrafamento de 12 horas, os homens vão no mato fazer xixi, eu não posso. Então são situações que masculinizam o repórter, porque você tem que entrar às 4h da manhã e não tem hora pra sair. Como vai ter um filho que mama de 3 em 3 horas? É muito difícil assumir funções, assumir o cargo, porque a mulher adoece e não dá conta. E acredito que o adoecimento acontece porque você vai contra os seus valores, como eu que vivia uma vida e uma realidade que não era viável para uma mulher.

Neste cenário, é possível inferir que o mercado jornalístico tende a precarização, assim como tende a feminização. Quanto mais precarizadas a função, ou seja, quanto mais *freelancer* nas redações e não pessoas internas, maior a oferta de mão de obra disposta a ceder em alguma coisa: ceder em um pagamento, em receber um pouco menos, ceder em uma certa segurança “porque é isso o que tem”, o que se apresenta.

Resumindo, à medida que a profissão se torna mais instável, aumenta a presença de profissionais dispostas a aceitar essas condições menos favoráveis. A substituição de contratos formais por trabalho *freelance* nas redações cria um ambiente onde há maior oferta de mão de obra sujeita a concessões, seja em relação à remuneração, à segurança profissional ou a benefícios trabalhistas; e essa prática e lógica reflete um ciclo de vulnerabilidade. Então, quanto mais fragmentado e instável o mercado se torna, maior a aceitação de condições precárias, uma vez que as alternativas são limitadas. No caso das mulheres, que já enfrentam desigualdades estruturais no mercado de trabalho, essa dinâmica se acentua, reforçando a tendência de que a feminização do jornalismo ocorra paralelamente à sua precarização.

Nesse ponto, chega-se à outra inferência de que essa inversão da relação entre feminização e precarização se torna fundamental para entender as dinâmicas do mercado jornalístico. Não é a presença feminina que torna o mercado mais precário, mas sim a precarização do mercado que cria um ambiente mais receptivo à contratação de mulheres. E isso ocorre porque, historicamente, mulheres enfrentam mais barreiras para acessar posições de poder e melhores condições de trabalho, sendo, muitas vezes, vistas como uma mão de obra mais flexível e economicamente viável para os empregadores.

Em um cenário de informalidade e enfraquecimento dos vínculos empregatícios, é comum que mulheres sejam direcionadas a essas vagas mais instáveis, reforçando o ciclo em que sua presença aumenta em setores mais precarizados. E esse fenômeno não é exclusivo do jornalismo, mas se repete em diversas áreas onde há redução de direitos e garantias. Nesse cenário, compreender essa dinâmica é essencial para propor políticas públicas e diretrizes sindicais que atuem na raiz do problema: a estrutura precária do mercado *freelance*, e não a presença feminina nele.

Ao avaliar as respostas sobre a “Feminização do jornalismo influenciando as condições de trabalho na profissão”, depara-se com pontos positivos como mais sensibilidade e diálogo no ambiente profissional, tendo como consequência melhorias na comunicação e na abordagem das pautas jornalísticas. Como pontos negativos há coerência com as análises anteriores, uma vez que existe uma via de exploração, na qual mulheres recebem salários menores, enfrentam mais desafios para ascender profissionalmente e são manipuladas pelo mercado, que tende a se aproveitar da alta participação feminina para impor condições de trabalho menos favoráveis.

Ao explorar a “Reorganização do mundo do trabalho” e a “Precarização laboral do jornalismo”, chega no entendimento de que a precarização do trabalho jornalístico é um problema estrutural que afeta diretamente as profissionais e o conteúdo produzido, como já argumentado anteriormente, sendo a sobrecarga de funções, a falta de estrutura adequada e os baixos salários algumas das principais dificuldades. O ponto principal é que a responsabilidade pelo sucesso ou não é da pessoa, exclusivamente. Para as entrevistadas deste trabalho, a reconfiguração do trabalho, impulsionada especialmente pelo modelo remoto e digital, aumentou a qualidade de vida, flexibilidade e produtividade, proporcionando maior autonomia sobre a rotina.

Ao mesmo tempo, essa mudança contribuiu para a precarização das relações de trabalho, com a falta de suporte institucional e o risco de juniorização, ou seja, a substituição de profissionais mais experientes por mão de obra mais barata e inexperiente. A jornalista *freelancer* da área corporativa conta que:

Eu vi a precarização acontecer. Nos primeiros anos de trabalho foi cada vez mais precário e mais difícil. Eu tive o espaço de oito anos como autônoma. Voltei por alguns meses para montar uma redação e me assustei com a precariedade, não só do ponto de vista do trabalho, mas do ponto de vista da formação do jornalista.

A jornalista entrevistada da área de televisão reconhece a precarização do trabalho no jornalismo tanto em sua vivência pessoal quanto no impacto social mais amplo. No aspecto individual, ela admite que as condições atuais do mercado a levam a considerar outras alternativas profissionais. No contexto coletivo, destaca a contradição de uma profissão essencial para a transparência e a democracia, mas que não consegue denunciar suas próprias condições de trabalho e ter voz para relatar suas próprias dificuldades. E seu relato ilustra como o sistema midiático pode restringir a autonomia dos profissionais. Ao apoiar um colega cinegrafista que procurou o sindicato para reivindicar melhores condições, ela acabou demitida sob a justificativa de incentivar mobilizações. Além disso, a jornalista ressalta que o

controle da informação está nas mãos das empresas, não dos profissionais que produzem as reportagens. Assim, ela se vê “vítima do sistema”, vivendo em uma realidade de submissão e precarização que poderia ser superada com organização coletiva da categoria, mas entende que o medo de represálias impede que as jornalistas denunciem suas próprias condições de trabalho, perpetuando um ciclo de exploração e fragilidade profissional.

Nesse sentido, encontra-se uma dualidade. “Vivemos a era da comunicação e a imagem tem uma importância central, mas a conta não fecha porque o profissional de imagem está muito desvalorizado”, conclui a entrevistada do fotojornalismo. O argumento levantado expõe uma contradição do mercado, levando em consideração que a imagem é essencial para o jornalismo e para a comunicação em geral, mas por que os profissionais dessa área seguem desvalorizados?

Essa desvalorização se deve a múltiplos fatores, mas talvez esteja concentrada na tendência dentro da própria classe jornalística de concentrar funções, fazendo com que um único profissional acumule diferentes responsabilidades, incluindo a captação e edição de imagens. Embora a exigência multidisciplinar seja uma realidade crescente, ela limita a qualidade e as possibilidades do trabalho visual, como sugere a entrevistada do fotojornalismo “que essa realidade não se deve apenas à falta de reconhecimento, mas a uma mudança na cultura profissional, que tornou a atuação do especialista em imagem cada vez mais desafiadora”.

A discussão do quadro acima demonstra ganhos e, ao mesmo tempo, resistências, até por isso que parte do título dessa seção é “pontos e contrapontos”.

Ser freelancer é liberdade ou precarização? Essa pergunta é pertinente para o contexto dessa pesquisa, uma vez que a liberdade foi apontada como um dos maiores pontos positivos do trabalho *freelance*. Ao mesmo tempo, essa flexibilidade vem acompanhada da falta de garantias básicas, o que revela que a autonomia oferecida pelo modelo *freelance*, embora valiosa para as mulheres jornalistas e de outras profissões, tende a esconder a realidade de trabalho desprotegido e instável.

A tecnologia é vista como ferramenta ou armadilha? Para as entrevistadas, as duas coisas. E também impõe sobrecarga de trabalho e contribui ainda mais para a precarização histórica. Interseccionando o trabalho *freelance* com o fato de ser mulher, os achados indicam que, infelizmente, a presença de mulheres em cargos de gestão ainda é limitada e aleatória, enfatizando que, mesmo em um setor feminizado, as oportunidades de ascensão são mais acessíveis aos homens e, se conquistadas por mulheres, foi por questões que não envolvem política de igualdade de gênero, mas ato independente. Entrando no quesito disparidade

salarial e outra interseccionalidade - idade, parentalidade – os dados mostram que as desigualdades vão além do gênero e se cruzam com outros marcadores sociais.

Assim, o fato do jornalismo estar cada vez mais ocupado por mulheres não significa progresso. Pelo contrário, há uma relação direta entre a feminização da profissão e sua precarização, como ocorre em outras áreas historicamente dominadas por mulheres, como a educação, por exemplo, o que reforça o ciclo de mão de obra feminina explorada, menos valorizada e menos remunerada.

O quadro a seguir sintetiza os aspectos centrais dessa vivência, destacando contradições entre presença e poder, visibilidade e precarização, protagonismo e sobrecarga.

Quadro 19 – Feminização do jornalismo e desigualdade estrutural

EIXO	CONTEÚDO
Presença feminina em cargos de liderança	Ainda que mulheres estejam cada vez mais presentes nas redações, o acesso a cargos de gestão continua restrito, condicionado a trajetórias individuais e não a políticas institucionais de igualdade.
Feminização e precarização	A expansão do número de mulheres na profissão ocorre paralelamente à intensificação da informalidade e da instabilidade, revelando que o aumento da presença feminina está mais associado à fragilização do mercado do que à conquista de direitos.
Efeitos da feminização nas condições de trabalho	A presença de mulheres tem contribuído para ambientes mais receptivos, mas também é acompanhada de estigmas, exploração emocional e sobrecarga, especialmente em contextos de múltiplas funções e informalidade.
Reorganização produtiva e desigualdade	A flexibilização do trabalho, impulsionada pelas tecnologias e pelo modelo remoto, tem ampliado a autonomia, mas também agravado a juniorização e o enfraquecimento de vínculos, afetando especialmente as mulheres mais velhas e as mães, ou em situação de cuidado.
Desvalorização profissional	Mesmo com habilidades ampliadas e domínio tecnológico, as jornalistas enfrentam desvalorização de suas competências e concentração de tarefas, como exemplificado nos campos da imagem e da produção multimídia.
Violências simbólicas e institucionais	A dificuldade de denunciar precarização, o medo de represálias, a naturalização das desigualdades no ambiente de trabalho e a ausência de suporte coletivo ou sindical configuram um ciclo de silenciamento e submissão.
Gênero como marcador da precarização	A pesquisa indica que o problema não está na presença feminina em si, mas nas estruturas precárias que favorecem sua inserção, reproduzindo estigmas e desigualdades históricas e fazendo do gênero um fator de vulnerabilização.

Fonte: elaborado pela autora com base nas entrevistas realizadas (2025).

Mas o que tudo isso significa, na prática? Que a jornalista *freelancer* sabe muito bem onde se encontra: em um espaço onde a liberdade do trabalho vem com um custo alto de instabilidade e necessidade constante de adaptação para sobreviver profissionalmente em um país onde dificuldades enfrentadas são estruturais, exigindo políticas públicas que ainda não existem e a organização coletiva para garantir melhores condições. Medidas como regulamentação do trabalho *freelance*, equiparação salarial além do gênero e interseccionada

com as atividades desenvolvidas, mecanismos de transparência salarial e de benefícios, e suporte institucional são essenciais para que essa liberdade não se transforme em exploração, ou melhor colocando, em indicadores de exploração piores do que esses. Assim, sem uma alteração concreta nas condições de trabalho, muitas profissionais continuarão enfrentando problemas e situações que vão além da competência profissional e tocam diretamente na sobrevivência e dignidade enquanto pessoa trabalhadora.

A análise desenvolvida neste capítulo revelou a complexidade do trabalho *freelance* feminino no jornalismo, evidenciando que a promessa de autonomia raramente se concretiza sem contradições importantes. Por fim, embora a pesquisa tenha priorizado os aspectos estruturais da precarização, as falas das entrevistadas deixam entrever seus efeitos psíquicos e emocionais. Sintomas como ansiedade, cansaço crônico, desmotivação e autodesvalorização aparecem nos relatos, ainda que não tenham sido objeto de sistematização específica. A sensação de estar “sempre devendo”, a impossibilidade de “desligar”, a cobrança interna por uma performance infalível configuram um cenário de sofrimento silencioso, no qual o esgotamento emocional é tratado como falha individual e não como resultado de uma estrutura produtiva excludente. Assim, a precarização do trabalho *freelance* não se limita à esfera contratual, ela atinge também o corpo e a mente, especialmente quando recai sobre mulheres que, além das exigências profissionais, enfrentam pressões sociais ligadas ao cuidado.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou responder ao seguinte problema: de que forma as transformações tecnológicas, a feminização do campo e a precarização das relações de trabalho impactam a atuação das jornalistas *freelancers* no Brasil?

A discussão sobre o jornalismo *freelance* sob a perspectiva das jornalistas brasileiras revela a emergência de uma profissão em transição, marcada por questões históricas, estruturantes e estruturais, que possuem contornos atrelados com as dinâmicas da contemporaneidade. Emergência que surge não apenas pela precarização das relações de trabalho, mas também da reinvenção do fazer jornalístico ancorado no empreendedorismo, então também na autonomia, inovação e possibilidade de novas vozes, rostos e assinaturas, por isso novas marcas no cenário da comunicação e na forma como as notícias são produzidas, disseminadas e consumidas. Neste sentido, as jornalistas brasileiras estão reconfigurando o jornalismo nacional ao protagonizarem processos de descentralização da informação e assumirem, mesmo que sozinhas, os riscos e custos associados a esse modelo de atuação.

As hipóteses formuladas na introdução foram confirmadas ao longo do cruzamento do referencial teórico com a análise empírica. São elas:

Quadro 20 – Hipótese x confirmação

HIPÓTESE	CONFIRMAÇÃO
1. A atuação das jornalistas <i>freelancers</i> é impactada por um modelo de empreendedorismo de si que se apresenta como liberdade, mas esconde a transferência de riscos e responsabilidades.	Confirmada pelas falas das entrevistadas, que revelam o empreendedorismo como necessidade diante do enfraquecimento das estruturas tradicionais de trabalho.
2. A precarização das relações de trabalho se intensifica entre as mulheres jornalistas pela ausência de vínculos formais e por marcadores de gênero que dificultam a ascensão profissional.	Confirmada nas entrevistas, especialmente ao se observar a falta de garantias trabalhistas, remunerações inferiores e carga de trabalho ampliada.
3. As transformações tecnológicas, longe de democratizarem o jornalismo, intensificam sua lógica produtivista, impondo exigências desiguais a profissionais autônomas.	Também confirmada, sobretudo na descrição das ferramentas e plataformas exigidas para sobrevivência no campo, que exigem múltiplas habilidades e respostas em tempo real, sem proporcional valorização.

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Essas hipóteses se entrelaçam na tese central de que a lógica da precarização e do empreendedorismo de si se articula à feminização da profissão e à pressão tecnológica, reforçando desigualdades estruturais no jornalismo contemporâneo.

As reflexões desta tese reforçam o cenário de precarização profissional que se manifesta agravado por questões de gênero e pelas especificidades do trabalho autônomo, além das tecnologias emergentes. Então, a precarização, aliada à feminização da profissão e a instabilidade estrutural do trabalho *freelance*, significa, sim, a *freelancer* jornalista mulher receber remunerações mais baixas, ter dificuldade de ascensão salarial e profissional, não ter benefícios e garantias trabalhistas básicas, e segurança, a não ser que ela mesma crie mecanismos de sustentação. Assim, o jornalismo independente feito por mulheres, embora potente e inovador, está marcado pelas desigualdades de gênero que estruturam o mercado de trabalho como um todo. Ao mesmo tempo, essa precarização do trabalho jornalístico, embora não seja um fenômeno recente, ganha interpretações particulares na modalidade de contratação *freelance*.

Quanto aos objetivos, esta pesquisa teve um objetivo geral e quatro objetivos específicos, que foram contemplados ao longo das análises.

Quadro 21 – Objetivos x tratamento

OBJETIVO GERAL	TRATAMENTO
Analisar como gênero, tecnologia e relações de trabalho se articulam na atuação de jornalistas freelancers brasileiras.	Atendido plenamente, a partir da articulação entre teoria e dados empíricos ao longo dos capítulos.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TRATAMENTO
1. Investigar os impactos da precarização nas rotinas de trabalho das <i>freelancers</i> .	Atendido por meio das entrevistas e revisão de literatura sobre informalidade e perda de direitos.
2. Compreender como as jornalistas lidam com o discurso do empreendedorismo no exercício da profissão.	Confirmado pelas falas que revelam o empreendedorismo como imposição, muitas vezes travestida de autonomia.
3. Analisar os efeitos das tecnologias digitais na produção e circulação de conteúdos jornalísticos independentes.	Tratado nos relatos sobre algoritmos, plataformas e aceleração do ritmo produtivo.
4. Examinar como as desigualdades de gênero estruturam o jornalismo <i>freelance</i> no Brasil.	Atendido na análise da ausência de políticas institucionais de suporte, da sobrecarga e da desvalorização simbólica do trabalho feminino.

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Longe de tentar romantizá-lo, o empreendedorismo surge como resposta estratégica diante das incertezas e fragilidades do jornalismo *freelance*. Para as jornalistas brasileiras *freelancers*, empreender não é apenas uma escolha como disseram as entrevistadas, mas uma necessidade, diante do enfraquecimento das estruturas tradicionais de trabalho, que se

apresenta disfarçada de liberdade criativa e capacidade de inovação para escancarar o deslocamento de responsabilidades institucionais para o indivíduo.

É fato que o jornalismo em 2025 passa por uma fase de profundas transformações, como já vistas em outros momentos históricos, agora impulsionadas pelas tecnologias. Destaque para a palavra “impulsionadas”, porque ela não é a única responsável pela situação atual. A redução das redações tradicionais, no sentido de equipes de trabalho cada vez mais enxutas, é uma manifestação da crise econômica no setor, ao mesmo tempo que reconfigura a prática jornalística e sugere novas formas de trabalho para esses profissionais.

Essa pressão adaptativa contínua não se limita à adoção de novas ferramentas, mas abrange a apuração, produção, distribuição e interação com o público. As jornalistas *freelancers* são desafiadas a dominar plataformas digitais, ferramentas de edição, métricas de engajamento, estratégias de posicionamento e algoritmos de visibilidade, com versatilidade técnica e agilidade operacional, além da qualidade da produção jornalística. Então, tem-se a nítida intensificação do trabalho, mediada por tecnologias que operam em tempo real e demandam resposta imediata, não propondo mas impondo a reconfiguração do campo jornalístico, em que o modelo tradicional de carreira dá lugar a trajetórias individuais e marcadas pela instabilidade e necessidade de constante reinvenção.

Para que o jornalismo preserve seu papel social, democrático e ético, é fundamental que a tecnologia seja usada como ferramenta de fortalecimento, e não de esvaziamento, de sua missão pública. Destaque para a palavra ferramenta, tida como apoio e não finalidade. Ao mesmo tempo, evidencia-se que a tecnologia, embora amplie possibilidades narrativas e de alcance, tem sido instrumentalizada para intensificação produtiva. Longe de se traduzir em ganho qualitativo, tem pressionado as jornalistas *freelancers* a operarem em ritmos que extrapolam a capacidade humana de adaptação.

A redação, agora virtualizada, perde sua dimensão coletiva e simbólica, perde a valiosa troca entre profissionais, convertendo-se em um emaranhado de trocas por e-mail e mensagens instantâneas, transformando as relações profissionais e comprometendo a reflexão necessária à boa prática jornalística. Evidencia-se, por sua vez, que o ritmo das mudanças aceleradas pede um tempo de adaptação que as jornalistas não estão conseguindo acompanhar, uma vez que o ritmo de mudança social a partir da tecnologia é maior que a capacidade de adaptação. E neste ponto está o avanço mais significativo das tecnologias digitais: no uso a partir dos seres humanos.

Vale o destaque para a reflexão de que a boa prática do jornalismo só é possível quando ela se soma a uma reflexão. Prática não é o contrário de teoria e não é possível fazer

jornalismo apenas com técnica. A base do jornalismo não é o suporte tecnológico, sobretudo porque ele não é neutro, mas influencia o todo. A base do jornalismo está no comprometimento com a informação, seja ela nova e de interesse do público. O fundamental nas dinâmicas da sociedade é essencial ao jornalismo, porque o jornalismo não existe em um vácuo, mas nasce, vive e se transforma em meio às dinâmicas da sociedade, em meio ao que acontece com as relações humanas e diante das disputas de poder, dos avanços e retrocessos, sejam eles culturais, tecnológicos, conjunturais, políticos, econômicos ou outros fatores como desigualdades, identidades, valores, conflitos, interesses e narrativas históricas. A partir dessa compreensão, o jornalismo deixa de ser apenas um reprodutor de fatos e passa a cumprir seu papel de agente de reflexão e transformação social. E esse último só é possível pela humanidade e não pela virtualidade.

Assim, na análise do jornalismo *freelance* feminino sob a perspectiva das jornalistas brasileiras, tem-se o cenário de uma profissão que está tensionada pelas transformações tecnológicas que sugerem exigências adaptativas e precarização caracterizada por práticas multimídias, multitarefas, instantâneas e não multissalariais. Ao mesmo tempo, reforça a urgência de iniciativas que promovam condições justas de trabalho, formação permanente e reconhecimento institucional às profissionais *freelancers*, sobretudo mulheres.

Esta tese não poderia deixar de abordar sobre uma das conquistas mais importantes dos trabalhadores brasileiros, sejam eles jornalistas ou não, e que está em possível fase de transição: a CLT. Desde 2022 o Superior Tribunal Federal vem reformando decisões da Justiça do Trabalho e limitando sua atuação, especialmente em processos que tratam de fraude na contratação de trabalhadores como autônomos quando, na prática, há vínculo empregatício; e de reconhecimento de vínculo empregatício disfarçado por contratos civis de prestação de serviços. Nesses casos, o STF vem decidindo, em favor das empresas, que essas contratações são legais, enfraquecendo a proteção trabalhista. Em abril de 2025, o STF decidiu que todos os processos sobre pejetização ficariam suspensos até a decisão final, o que chamou de “até nova ordem”, o que afeta milhares de trabalhadores que tentam reconhecer seus direitos.

O problema está que, até o fechamento desta tese, a Justiça do Trabalho costumava verificar a realidade da relação trabalhista, independente do nome do contrato, se prestação de serviço, PJ, *freelancer* ou outro. Se houver subordinação, habitualidade, pessoalidade e pagamento, configura vínculo empregatício, tendo a empresa que registrar em carteira. Com a suspensão dos processos, segundo a FENAJ ao lado dos Sindicato de Jornalistas de São Paulo (SJSP), o Supremo está sinalizando que pode considerar válido contratar via PJ mesmo quando, na prática, a pessoa trabalha como se fosse empregada, desde que haja livre vontade

das partes e contrato formalizado. A esta prática tem-se dado o nome de “pejotização irrestrita”. Mesmo sem decisão final, o comportamento reiterado do STF já sinaliza uma posição e é isso que tem preocupado os trabalhadores em termos de redução das suas proteções sociais.

Com esse cenário em mente, voltamos agora à análise empírica, reconhecendo os principais tensionamentos que surgem das análises dos dados. Nem todas as jornalistas entrevistadas vêem o empreendedorismo como precarização. Algumas falam sobre autonomia, liberdade criativa, reinvenção das suas vidas profissionais como pontos positivos. Essa ambivalência sugere que o jornalismo *freelance* é também um campo de disputas simbólicas e práticas. Então existe uma contradição entre autonomia e exaustão, uma vez que mesmo quando as jornalistas afirmam gostar da liberdade de horários e de escolhas editoriais, relatam jornadas exaustivas e acúmulo de tarefas como a produção, edição, divulgação, gestão, cobrança.

Outro limite importante diz respeito à ausência do olhar interseccional mais aprofundado. Esta pesquisa enfatizou o marcador de gênero, mas não se debruçou com o mesmo rigor sobre as dimensões de raça, classe e território. Tais aspectos, como se tem em algumas falas, influenciam diretamente as condições de atuação e reconhecimento das jornalistas.

Outro tensionamento diz respeito à disparidade entre o discurso e a prática tecnológica. Embora as plataformas digitais sejam apresentadas como ferramentas de democratização e inovação no campo jornalístico, os relatos das entrevistadas revelam que o domínio dessas tecnologias é, na prática, uma exigência não acompanhada de formação técnica acessível ou reconhecimento financeiro, sobretudo são pagas pelas próprias jornalistas em compras ou assinaturas. A necessidade de aprender a operar múltiplas ferramentas, adaptar-se aos algoritmos e manter presença ativa em diferentes canais digitais não é acompanhada de suporte institucional, o que acentua as desigualdades entre as profissionais e reforça a lógica da responsabilização individual. A promessa de liberdade tecnológica, nesse contexto, tem grande chance de indicar uma realidade de sobrecarga e exclusão digital para as jornalistas.

A isso se soma o enfraquecimento ou desaparecimentos das redações físicas e dos vínculos profissionais. O modelo *freelance* compromete a dimensão coletiva da prática jornalística quando impõe a ausência de trocas presenciais, de espaços físicos de reflexão conjunta, da sensação de pertencimento institucional que leva muitas *freelancers* a vivenciarem o sentimento de isolamento, que impacta não apenas sua saúde mental, mas

também sua formação contínua e sua capacidade de articulação coletiva. A redação, que antes funcionava como espaço simbólico e formativo, dá lugar a atuação individualizada, marcada por trocas dispersas e relações funcionais.

Por fim, observa-se o tensionamento interno ao próprio grupo de jornalistas *freelancers* entrevistadas, relacionado às desigualdades a nível de reconhecimento e prestígio. Profissionais com trajetória em veículos tradicionais, maior rede de contatos ou formação em centros hegemônicos, como o Sudeste, conseguem se posicionar com mais visibilidade e atrair projetos mais rentáveis. Isso cria uma hierarquia interna entre as *freelancers*, em que algumas acumulam prestígio e oportunidades, enquanto outras enfrentam maior precariedade e invisibilidade.

É importante frisar que os tensionamentos apresentados refletem uma leitura parcial. É possível que outras camadas de sentido não tenham sido captadas, seja pela densidade do material empírico, seja por limitações da própria pesquisadora em estabelecer relações mais amplas. A identificação desses tensionamentos não tem por objetivo encerrar o debate, mas abrir caminhos para pensar alternativas.

A seguir, indicam-se alguns percursos que podem contribuir para a continuidade das discussões iniciadas nesta pesquisa, seja no campo acadêmico, seja na prática profissional.

1. Investigar a atuação de jornalistas *freelancers* negras, periféricas e indígenas urbanas ou em seus ambientes naturais, ampliando o recorte interseccional e observando como o marcador de raça estrutura a experiência profissional;
2. Analisar iniciativas coletivas de resistência e organização entre jornalistas autônomas, como cooperativas, redes colaborativas e espaços de produção independente;
3. Aprofundar o estudo sobre a “pejotização irrestrita” e seus impactos na categoria, especialmente diante das decisões recentes do STF, que desafiam a proteção social no país;
4. Analisar como a precarização e o trabalho *freelance* impactam jornalistas mulheres em outros contextos da América Latina;
5. Investigar mais sistematicamente o impacto da precarização na saúde mental e autoestima profissional;
6. Entender como mulheres em papéis de cuidado conciliam o jornalismo autônomo em um contexto de ausência de direitos e flexibilidade precária.

Como toda pesquisa, ou pelo menos a maioria, esta também tem seus limites temporais e conjunturais, de escopo, teóricos, metodológicos e interpretativos, pelo menos. Ainda assim, enquanto pesquisadora, acredito que os resultados contribuem para a reflexão de aspectos pouco explorados sobre o jornalismo *freelance* feminino no Brasil. Como desejo, que

este estudo possa ser retomado, revisitado, questionado e, sobretudo, ampliado por novas perguntas, e outras leituras e achados no futuro.

REFERÊNCIAS

- ABRAJI; GÊNERO E NÚMERO. **Mulheres no jornalismo brasileiro**: relatório. São Paulo: Abraji / Gênero e Número, 2017. Disponível em: https://www.mulheresnojornalismo.org.br/12901_GN_relatorioV4.pdf. Acesso em: 13 nov. 2025.
- ABREU, Alzira Alves de. **Eles mudaram a imprensa**: depoimentos ao CPDOC. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003.
- AMARAL, Adriana. Jornalismo Freelancer: Liberdade ou Precarização?. In: PERUZZO, Círcia M. K. (org.). **Comunicação e Trabalho**: reflexões, conexões, perspectivas. São Paulo: Atlas, 2017.
- ANDERSON, C. W. **Rebuilding the News**: Metropolitan Journalism in the Digital Age. Philadelphia: Temple University Press, 2012. Disponível em: <https://www.jstor.org/action/doBasicSearch?Query=au%3A%28%22ANDERSON%2C+C.+W%22%29&so=rel>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- ANDERSON, Chris W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo pós-industrial**: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo da ESPM, São Paulo, ano. 2, n. 5, pp. 30-39, 2013. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/386813919/Jornalismo-pos-industrial-adaptacao-aos-novos-tempos>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- BARBOSA, M. (Org.) ; RIBEIRO, A. P. G. (Org.) ; HOHLFELD, Antônio (Org.) . **História da Imprensa no Brasil do século XIX**. 1. ed. , 2024. v. 1. 551p.
- BARCELLOS, Marcelo. Humanoides-repórteres, os robôs com Inteligência Artificial. In: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo [...], 2019, Goiânia. **17º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO**. Goiânia: 17, 2019. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2143/1256/>. Acesso: em 14 ago. 2022.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, Janaína Visibeli; MARQUES, Ana Flávia; KINOSHITA, Jamir; MOLIANI, João Augusto; SILVA, Naiana Rodrigues da; GROHMANN, Rafael. A PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO JORNALÍSTICO: DIMENSÕES, REGIME DE PUBLICAÇÃO E AGENDA DE PESQUISA. **Avatares**: Comunicación/Cultura, Santiago del Estero, Argentina, n. 21, p. 1-23, 2021. Disponível em: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/6320>. Acesso em: 3 jul. 2022.
- BARROS, Matheus. Empresas brasileiras devem investir em transformação digital em 2021. **Olhar digital**. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/05/26/pro/empresas-brasileiras-devem-investir-em-transformacao-digital-em-2021/>. Acesso em: 15 jul. 2022.

BARSOTTI, Adriana. Os limites da objetividade jornalística no século XXI. *In*: 44º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2021, Recife. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação** [...]. Recife: 44, 2021. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt1-tj/adriana-barsotti.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2022.

BASTOS, Adriana. **Jornalismo e precarização**: a questão da identidade profissional na era da convergência tecnológica. Revista E-Compós, v. 21, p. 158-173, 2018.

BELCHIOR. **Como nossos pais**. In: ALUCINAÇÃO. [S.l.]: Warner Music, 1976. Disco de vinil (LP). Faixa 1.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. **A imprensa nas plataformas**: como o vale do silício reestruturou o jornalismo. Revista de Jornalismo ESPM, ano. 6, n. 20, pp. 48-83, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3ecG8GG>. Acesso em: 18 mar. 2022.

BERTONI, C.; MOURA, H. Por que a economia criativa é sinônimo de inovação? *In*: PINHEIRO, C. M. P.; BARTH, M. (Orgs.). **Indústrias Criativas**. Nova Hamburgo: Editora Feevale, 2016.

BLOG DO IBRE. **Trabalhadores autônomos: quem são e o que pensam**. Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/trabalhadores-autonomos-quem-sao-e-o-que-pensam>. Acesso em: 30 abr. 2024.

BORGES, Rosane. **Espelho infiel**: o negro no jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 2017.

BRASIL PAÍS DIGITAL. O poder da conexão: 69% dos usuários de internet via dispositivos móveis afirmam não viver sem internet no celular, indica Kantar IBOPE Media. 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/o-poder-da-conexao-69-dos-usuarios-de-internet-via-dispositivos-moveis-afirmam-nao-viver-sem-internet-no-celular-indica-kantar-ibope-media/>. Acesso em: 15 jul. 2022.

BRIGGS, A; BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 7, n. 2, 2011. DOI <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.342>. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342>. Acesso em: 17 jul. 2022.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

BURKHARDT, Fabiano. **Jornalistas Free-lancers**: Trabalho precário na grande imprensa da Região Metropolitana de Porto Alegre. 2006. Dissertação (Programa de Pós Graduação em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/8642>. Acesso em: 17 jul. 2022.

CAMARGO, José Augusto. A precarização do trabalho do jornalista e a digitalização. **Outas palavras: Jornalismo de profundidade e pós-capitalismo**, 2021. Disponível em: <https://outraspalavras.net/trabalhoeprecariado/a-precariizacao-do-trabalho-do-jornalista-e-a-digitalizacao/>. Acesso em: 31 mar. 2023.

CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; GIACOMELLI, Fábio. **Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis**. Covilhã: LABCOM.IFP, 2019. Disponível em: <https://l1nq.com/Harzo>. Acesso em: 14 ago. 2022.

CARNEIRO, Sueli. **Enegrecer o feminismo**: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: GELEDÉS – Instituto da Mulher Negra, 2003. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-movimentos-de-mulheres-negras-no-brasil>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CARREIRA, K. A. C. Notícias automatizadas: **A evolução que levou o jornalismo a ser feito por não humanos**. São Bernardo do Campo, 2017. (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1671>. Acesso em: 05 mai. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2003.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2021.

CASTRO, C. F. Cibersocialidade: um olhar sobre a sala de bate-papo “namoro 40-50 anos. In: DORNELLES, B. **Mídia, Imprensa e Novas Tecnologias**. Porto Alegre: Edipucrs, 2002, p. 205-220.

CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de; BARBOSA, Marialva Carlos; MACHADO, Maria Berenice da Costa; SACRAMENTO, Igor. **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**: 2011/2012. São Paulo: Ipea, 2012. v. 2. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/3197>. Acesso em: 14 ago. 2022.

CEJAS, Paula; COLOMBO, Luisina (org.). **Situación de las trabajadoras de prensa en América Latina y el Caribe 2023**. Disponível em: <https://fiplatina.press/pdfs/informe-regional-situacion-de-las-trabajadoras-de-prensa-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>. Acesso em: 26 mai. 2024.

CHAGAS, Viktor. **A cultura dos memes no Brasil**: Agendas e Desafios de Pesquisa sobre uma das Únicas Instituições que se Mantém de Pé no País. 1. ed. Salvador: Edufba, 2024.

CIRIACO, Douglas. 5º Prêmio Canaltech: Tik Tok supera Instagram como a rede favorita do Brasil. **Canal Tech**. 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/canaltech/5o-premio-canaltech-tiktok-supera-instagram-como-a-rede-favorita-do-brasil-211500/>. Acesso em: 13 jul. 2022.

CLANDININ, D. Jean. CONELLY, F. Michael. **Pesquisa narrativa**: experiências e história na pesquisa qualitativa. Tradução: Grupo de Pesquisa Narrativa e Educação de Professores. Uberlândia: EDFU, 2015.

CÔRTEZ, Mauro Rocha; REIS, Leonardo Castro dos; BENZE, Rachel Pereira; DELGADO, Sven Schäfers; CÔRTEZ, Felipe Vasconcelos Fontes Rocha. A cauda longa e a mudança do modelo de negócio no mercado fonográfico: reflexões acerca do impacto das novas tecnologias. In: XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2008, Rio de Janeiro. **A integração de cadeias produtivas com a abordagem da manufatura sustentável**. [...]. Rio de Janeiro: 28, 2008. Disponível em: https://abepro.org.br/biblioteca/enegep2008_TN_STP_069_490_11917.pdf. Acesso em: 17 jul. 2022.

COSTA, Andriolli. Os caminhos para um pós-jornalismo. **Observatório da imprensa**: Você nunca mais vai ler jornal do mesmo jeito, Campinas, ano 23, n. 1247, 2014. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed806_os_caminhos_para_um_pos_jornalismo/. Acesso em: 26 ago. 2022.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A Crise do Jornalismo tem Solução?**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019. 104 p.

DABREU, P. C. (Org.) ; RIBEIRO, ANA PAULA GOULART (Org.) . **Mulher, cultura e mídia**: investigações sobre o feminino. 1. ed. , 2018. v. 1. 281p.

D'ANDRÉA , Carlos Frederico de Brito. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. **Galáxia**, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/CwnPQ8Py3ttcyrvGZXhBYtB/?lang=pt#>. Acesso em: 17 jul. 2022.

DE BRUIN, Marjan. Gender and newsroom cultures. In: MONTIEL, Aimée (org.). **Media and Gender**: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender. UNESCO, 2014. p. 41-46.

DIAKOPOULOS, Nick. **Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media**. Cambridge: Harvard University Press, 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma <<analítica>> da midiatização. **MATRIZES**, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38194/40938/44949>. Acesso em: 12 jun. 2022.

FENAJ. **Maioria dos jornalistas empregados formalmente são mulheres, brancos e com idade entre 30 e 39 anos**. Disponível em: <https://fenaj.org.br/maioria-dos-jornalistas-empregados-formalmente-sao-mulheres-brancos-e-com-idade-entre-30-e-39-anos/>. Acesso em: 13 jul. 2022.

FERNANDEZ, Andrea Ferraz. Tendências Ocupacionais e Profissionais. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de; CASTRO, Cosete (org.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**: Tendências na comunicação. Brasília: IPEA, 2010. v. 3. Disponível em:

http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/Panorama_da_Comunicacao_e_das_Telecomunicacoes_no_Brasil_-_Volume_3.pdf. Acesso em: 17 jul. 2022.

FIGARO, Roseli. **O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo**: Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. São Paulo, Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da USP, 2012. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/wp-content/uploads/relatorio_final_2012.pdf. Acesso em: 18 mar. 2022.

FIGARO, Roseli. **O mundo do trabalho das jornalistas**: feminismo e discriminação profissional. Brazilian Journalism Research (BJR), v. 14, n. 2, 2018. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/1052/pdf_1. Acesso em: 09 jul. 2023.

FIGARO, Roseli. **Como trabalham os comunicadores na pandemia do Covid19?** Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano, v. 3, 2020. Disponível em: <https://revistatdh.org/index.php/Revista-TDH/article/view/76>. Acesso em: 09 jul. 2023.

FIGARO, Roseli; PAULINO, Luís Antônio. **Soberania na cadeia produtiva de IA**: defesa dos recursos naturais e regulação do trabalho. Liinc em Revista, v. 20, n. 2, 2024. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/7303/7053>. Acesso em: 1 jul. 2025.

GAÚCHA ZH. Carta de Musk e cientistas sobre pausa na inteligência artificial gera debate. **Gaúcha Zero Hora**: Ciência. 2023 Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/tecnologia/noticia/2023/03/carta-de-musk-e-cientistas-sobre-pausa-na-inteligencia-artificial-gera-debate-clfvaqz0z007501jgy3aof5b6.html>. Acesso em: 13 mai. 2023.

GENES, Felipe; CRAVEIRO, Rodolfo Uchôa; PROENÇA, Adriano. Inovações Tecnológicas na Cadeia Produtiva da Música no Século XXI. **Sistemas & Gestão**, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/V7N2A4>. Acesso em: 17 jul. 2022.

GILLMOR, Dan. **We the media**: Grassroots Journalism By the People, For the People. Sebastopol: O'Reilly Media. 2006. Disponível em: https://library.uniteddiversity.coop/Media_and_Free_Culture/We_the_Media.pdf. Acesso em: 09 jul. 2023.

GORBIS, Marina. **The Nature of the Future**: Dispatches from the Socialstructured World. Detroit: Free Press, 2013. 256 p.

GROHMANN, Rafael do Nascimento. **Os discursos dos jornalistas freelancers sobre o trabalho**: comunicação, mediações e recepção. Orientador: Profa. Dra. Roseli Aparecida Figaro Paulino. 2012. 273 p. Dissertação de mestrado (https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-18082012-160234/publico/dissertacaoRafaelGrohmann.pdf) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-18082012-160234/publico/dissertacaoRafaelGrohmann.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2023.

GROHMANN, Rafael do Nascimento. **Plataformização do trabalho**: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eptic**. v.22, n.1, 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12188>. Acesso em: 18 mar. 2022.

GROHMANN, Rafael. **Plataformização do trabalho**: estruturas e práticas no jornalismo sob demanda. In: BARROS, M.; COUTINHO, M. C.; GROHMANN, R. (orgs.). Trabalho digital, plataformização e desigualdades. São Paulo: Insurgência, 2020. p. 103-121.

GROHMANN, Rafael; SCHNEIDER, Marco; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Apresentação: **Soberania e Inteligência Artificial**: perspectivas brasileiras. Liinc em Revista, v. 20, n. 2, 2024. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/issue/view/356>. Acesso em: 1 jul. 2025.

HELMOND, Anne. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. **Social Media + Society**, Londres, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305115603080>. Acesso em: 17 jul. 2022.

HIRATA, H. A; & KÉRGOAT, D. **Novas configurações da divisão sexual do trabalho**. Cadernos de Pesquisa, v. 37, n. 132, 2007, p. 595-609. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/cCztcWVvvtWGDvFqRmdsBWQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 jul. 2023.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

HOWKINS, John. **The Creative Economy**: How People Make Money from Ideas. London: Penguin Books, 2007.

ISTOÉ. Pesquisa: 20% dos trabalhadores usam apps para ter renda. **IstoÉ**: Dinheiro, 2022. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/pesquisa-20-dos-trabalhadores-usam-apps-para-ter-renda/>. Acesso em: 31 mar. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JURNO, Amanda Chevtchouk; D'ANDREA, Carlos Frederico de Brito. Facebook e a plataformização do jornalismo: um olhar para o Instant Articles. **Revista Eptic**, São Cristóvão, v. 22, n. 1, p. 179-196, 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12084>. Acesso em: 17 jul. 2022

KALSING, Janaína. **JORNALISTAS METRIFICADOS E A PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO**. Orientador: Profa. Dra Ana Cláudia Gruszynski. 2021. 241 p. Tese de Doutorado (Pós-Graduação em Comunicação) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/232189/001133750.pdf?sequence=1>. Acesso em: 15 jul. 2022.

KANTAR. Kantar IBOPE Media apresenta dados sobre tecnologia e aceleração digital para Masters. **Kantar IBOPE Media**. 2021. Disponível em: <https://kantaribopemediamedia.com/conteudo/kantar-ibope-media-apresenta-dados-sobre-tecnologia-e-aceleracao-digital-para-masters/>. Acesso em: 15 jul. 2022.

KERGOAT, Danièle. **Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo**. PoliGNU. Disponível em: https://polignu.org/sites/polignu.org/files/mulheres/data_curta/adivisaosexualdotrabalho_0.pdf. Acesso em: 13 jul. 2022.

KOZINETTS, R. V. **Netnography: doing ethnographic research online**. Sage Publications, 2010.

KREIN, José Dari; ABÍLIO, Ludimila; BORSARI, Pietro. A padronização do tempo de trabalho: Múltiplos arranjos e sofisticação dos mecanismos de controle de jornada. In: KREIN, José Dari; MANZANO, Marcelo; TEIXEIRA, Marilane Oliveira; LEMOS, Patrícia Rocha. **O trabalho pós-reforma trabalhista**. 1. ed. Campinas: Unicamp, 2017. cap. 7, p. 253-252. Disponível em: https://www.cesit.net.br/wp-content/uploads/2021/06/VOL-1_A-reforma-trabalhista_21.06.21.pdf. Acesso em: 11 jun. 2022.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1991.

LACHOVER, Einat. **The gendered and sexualized relationship between Israeli women journalists and their male news sources**. Journalism, Londres, v. 6, n. 3, p. 291-311, agosto 2005.

LATIN AMERICA DIGITAL REPORT – LADR – 2022. Internet penetration rate 2021. Disponível em: <https://www.atlantico.vc/latin-america-digital-transformation-report>. Acesso em: 13 jul. 2022.

LELO, Thales Vilela. **Reestruturações produtivas no mundo do trabalho dos jornalistas: precariedade, tecnologia e manifestações da identidade profissional**. 2019. Tese (Doutorado em Ciências Sociais), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2019/03/Tese-LELO-T-Reestrutura%C3%A7%C3%B5es-produtivas-no-mundo-do-trabalho-dos-jornalistas.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2022.

LÉVY, Pierre. O que é virtual? **Rescensões**. Trad. Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1996. 157p. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/c8FhLwjZNkdvdBXfnKsr9cx/?lang=pt>. Acesso em: 13 jul. 2022.

LIMA, Samuel Pantoja, et al. **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho**. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2024.

LITTAU, Jeremy; NIELSEN, Carolyn. **The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies**. London: SAGE, 2016. Disponível em: <https://ebin.pub/the-sage-handbook-of-digital-journalism-2015954909-9781473906532-9781473955073.html>. Acesso em: 14 ago. 2022.

LUÍS, Lúcio. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. Florianópolis: IV Simpósio Nacional ABCiber, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/3258035/O_podcast_no_Brasil_e_no_mundo_democracia_comunica%C3%A7%C3%A3o_e_tecnologia. Acesso em: 12 jul. 2022.

MACIENTE, Aguinaldo Nogueira; RAUEN, Cristiane Vianna; KUBOTA, Luís Cláudio. **Tecnologias digitais, habilidades ocupacionais e emprego formal no Brasil entre 2003 e 2017**. São Paulo: IPEA, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9929>. Acesso em: 14 ago. 2022.

MAGNONI, A. F. **Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. 2001. Tese (Doutorado em Educação). Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Marília, 2001.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2000.

MARASCIULO, Marília. “O DNA social pode mudar nosso DNA individual”, diz especialista em epigenética. **Portal G1: Revista Galileu**, 2020. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2020/02/o-dna-social-pode-mudar-nosso-dna-individual-diz-especialista-em-epigenetica.html>. Acesso em: 13 jul. 2022.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V. **Metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTÍNÉZ, Francisco Sánchez. **Os meios de comunicação**. Brasília: Ministério da Educação, 1999.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, Vozes: 2014.

MARTINS, Ana. **Jornalismo Freelancer e Precarização do Trabalho: um estudo sobre o mercado brasileiro**. São Paulo: Intermeios, 2019.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing: metodologia e planejamento**. São Paulo: Editora Atlas, 1999. 337 p., Volume 1, 5a edição.

McLUHAN, Marshall. **Understanding media: the extensions of man**. Cambridge: MIT Press, 1994.

MEIA-NOITE em Paris. Direção: Woody Allen. [S.l.]: Mediapro, Gravier Productions, 2011. 1 DVD (94 min), son., color.

MESQUITA, Giovana Boarges. Intervenho, logo existo: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. In: GT16: ESTUDOS SOBRE JORNALISMO, 2014, Lima, Peru. **GT16: Estudos sobre Jornalismo** [...]. Lima, Peru: 16, 2016. Disponível em: <https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/10/vGT16-Giovana-Borges-Mesquita.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2022.

MICK, J.; LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2024.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio da pesquisa social**. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Série Manuais Acadêmicos. 2. reimp. Petrópolis-RJ: Vozes, 2019.

NAPOLI, Philip M. **Audience Evolution and the Future of Audience Research**. International Journal on Media Management, v. 14, n. 2, p. 79–97, 2012. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241277.2012.675753>. Acesso em: 31 mar. 2023.

NICOLETTI, J. **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação**: proposta de um modelo de análise. Tese (doutorado) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 2019

NIELSEN, Rasmus Klein; GANTER, Sarah Anne. **Dealing with digital intermediaries**: A case study of the relations between publishers and platforms. New media & society, v. 20, n. 4, p. 1600-1617, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/316179858_Dealing_with_digital_intermediaries_A_case_study_of_the_relations_between_publishers_and_platforms. Acesso em: 13 jul. 2024.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de Opinião. In: DUARTE, José; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2º edição. São Paulo, SP: Editora Atlas S.A., 2006, p. 164-179.

PAPA FRANCISCO. **Mensagem do Papa Francisco para o LV dia mundial das comunicações sociais**. Cidade do Vaticano: 23 jan. 2021. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20210123_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 31 mar. 2023.

PAVLIK, J. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/5569-john-pavlik>. Acesso em: 18 mar. 2022.

PEREIRA, Carolina. Jornalismo Freelancer: desafios e perspectivas para a construção de uma carreira autônoma. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 28, p. 11-21, 2020.

PINOCHET, Luís Hernán Contreras. **Tecnologia da informação e comunicação**. São Paulo: Editora Atlas SA, 2014.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. Fronteiras, São Leopoldo, 2020. Disponível em:
<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>.
 Acesso em: 11 jun. 2022.

PORTAL G1. **Tik Tok preocupa Instagram e Facebook há anos**: relembre marcos da disputa. Portal G1: Tecnologia. 2022. Disponível em:
<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/02/04/tiktok-preocupa-instagram-facebook.ghml>
 l. Acesso em: 13 jul. 2022.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio**: a rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I. (Org.) ; ROXO, M. (Org.) . **Televisão, História e Gêneros**. 1. ed. Rio de Janeiro: Multifoco, 2014. v. 1. 378p.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em:
https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redes_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf. Acesso em: 1 jul. 2025.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: EDUFBA, 2017. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/24759/4/AnaliseDeRedesPDF.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2025.

REVISTA ENSINO SUPERIOR. **Universidades precisam caminhar junto às transformações sociais**. 2018. Disponível em:
<https://revistaensinosuperior.com.br/2018/09/28/universidades-transformacoessociais/>. Acesso em: 15 jul. 2022

RIBEIRO, José Hamilton. **Jornalistas**: 1937 a 1997: história da imprensa de São Paulo vista pelos que batalham laudas (terminais), câmeras e microfones. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: Métodos e Técnicas. 3ª ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Editora Atlas SA, 2008.

ROCHA, Paula Melani. **A Profissionalização no Jornalismo e o mercado de trabalho para mulheres no Estado de São Paulo**. Revista Jurídica Eletrônica UNICOC, número 02, outubro de 2005.

RODRIGUES FILHO, Lairtes Chaves. **Webrádios, streaming e migração de banda**: tendências para as linguagens digitais nas rádios da fronteira Brasil-Paraguai. In: XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2014, Foz do Iguaçu. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação [...]. Foz do Iguaçu: 37, 2014. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1941-1.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2022.

SAHAGOFF, Ana Paula. **Pesquisa narrativa**: uma metodologia para compreender a experiência humana. In: XI SEMANA DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO - SEPESQ, 2015, Porto Alegre. Centro Universitário Ritter dos Reis. Porto Alegre: 11, 2015. Disponível em:

<http://cienciasecognicao.org/cecnuccen/wp-content/uploads/2018/03/PESQUISA-NARRATIVA-UMA-METODOLOGIA.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2022.

SBARDELOTTO, Moisés. O leigo-amador no contexto da midiaticização: uma análise da circulação do “religioso” na internet. In: XXIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2018, Belém. **Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** [...]. Belém: 23, 2018. Disponível em:

https://www.academia.edu/9353620/O_leigo_amador_no_contexto_da_midiaticiza%C3%A7%C3%A3o_uma_an%C3%A1lise_da_circula%C3%A7%C3%A3o_do_religioso_na_internet. Acesso em: 10 jul. 2022.

SCHOLZ, Trebor. **Digital Labor**: the Internet as Playground and Factory. New York: Routledge, 2013.

SCHOLZ, Trebor. **Cooperativismo de plataforma**: contestando a economia do compartilhamento corporativa. Tradução e comentários: Rafael A. F. Zanatta. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo; Editora Elefante; Autonomia Literária, 2016.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2011.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Sandro Márcio da; SANTOS, Cláudia Cristina Martins; SIQUEIRA, José de Oliveira. **O Uso do Questionário Eletrônico na Pesquisa Acadêmica**: Um Caso de Uso na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, II Semead – Seminários em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da FEA/USP, 1997. p.408-421.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 1999.

SOUZA, Rafaela Martins de. Sujeitas e sujeitos periféricos. In: **XV CONGRESO LA COMUNICACIÓN COMO BIÉN PÚBLICO GLOBAL**, 2022, Buenos Aires. Memórias. Buenos Aires: 15, 2022. Disponível em: <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/501/490>. Acesso em: 14 ago. 2022.

STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SZYMANSKY, Heloísa. **A entrevista reflexiva**. Revista Psicologia da Educação, 10/11, 193-215, 2001. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/psicoeduca/article/view/41414>. Acesso em: 15 mai. 2023.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

TOLEDO, Mariana. Pandemia acelerou transformação digital dos consumidores de mídia, diz Kantar Ibope. **Portal Teletime**. 2021. Disponível em: <https://teletime.com.br/10/12/2021/pandemia-acelerou-transformacao-digital-dos-consumidores-de-midia-diz-kantar-ibope/>. Acesso em: 15 jul. 2022.

TORRES, Vitor. **MENSURAÇÃO EDITORIAL**: O uso de métricas e dados sobre o público na produção de informação jornalística. Orientador: Prof. Dr. Suzana Oliveira Barbosa. 2017. 242 p. Tese de Doutorado (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, Salvador, 2017. Disponível em: http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Mensura%C3%A7%C3%A3o-Editorial-Vitor-Torres_Vers%C3%A3oFinal.pdf. Acesso em: 11 jun. 2022.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

TURKLE, S. **A vida no ecrã**: a identidade na era da Internet. Lisboa: Editora Relógio D'Água, 1997.

VALENTE, Mariana. **Inteligência artificial e jornalismo**: questões para a regulação democrática da comunicação. In: LEAL, Luciana; PRADO, Denise (orgs.). **Jornalismo em tempos de inteligência artificial**. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: https://www.cigionline.org/static/documents/SaferInternet_Paper_no_4.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução: George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. Disponível em: <https://extremidades.art/x/christinemello/wp-content/uploads/sites/3/2023/08/A-Era-do-Capitalismo-de-Vigilancia-Shoshana-Zuboff.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2025.

WALLITER, Carolina. Tik Tok no Brasil e na sua marca: 10 estatísticas para arrasar em 2022. **Shopify**. 2021. Disponível em: <https://www.shopify.com/br/blog/tiktok-brasil>. Acesso em: 13 jul. 2022.

YAMAOKA, Eloi Juniti. O uso da Internet. In: DUARTE, José; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª edição. São Paulo, SP: Editora Atlas S.A., 2006, p.146-163.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

APÊNDICE A – MODELO DO QUESTIONÁRIO ELETRÔNICO

IDENTIFICAÇÃO

Idade

Cidade, Estado e País

Mora com quem / composição familiar.

Faixa salarial líquida:

- até 1 salário-mínimo (1.212,00)
- de 1 a 3 salário-mínimo (1.212,00 a 3.636,00)
- de 4 a 5 salário-mínimo (4.848,00 a 6.060,00)
- de 6 a 8 salário-mínimo (7.272,00 a 9.696,00)
- de 9 a 10 salário-mínimo (10.908,00 a 12.120,00)
- acima de 10 salários mínimos (acima de 12.120,00)

PERFIL PROFISSIONAL

Nível escolar

- Superior
- Pós-Graduação Lato Sensu – nível de Especialização
- Pós-Graduação Stricto Sensu – nível de Mestrado
- Pós-Graduação Stricto Sensu – nível de Doutorado

Há quanto tempo é formada em jornalismo?

Fez algum curso de atualização em sua área nos últimos 3 anos? Qual?

Quem arca com os custos de cursos?

Você é, principalmente

- Autônoma sem empregado
- Autônoma com empregado (quantos?)
- Autônoma com prestadores de serviço
- Autônoma com contrato de prestação de serviços sem empregado
- Autônoma com contrato de prestação de serviços com empregado (quantos?)
- Autônoma com contrato de prestação de serviços com prestadores de serviço (quantos?)

Nome da empresa ou empresas do vínculo profissional atual.

O que você ganha é

- Salário fixo
- Produção fixa ou comissão por desempenho
- Comissão por produção variável

- Apenas de acordo com a produção

Você recebe seu pagamento

- Diariamente
- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente
- Por trabalho entregue

Na empresa você enxerga igualdade ou disparidades salariais entre homens e mulheres, assim como entre contratados CLT e outros tipos de contratação?

Quantas horas por semana você trabalha

- Menos que 10 horas
- Entre 10 e 15 horas
- Entre 16 e 20 horas
- Entre 21 e 25 horas
- Entre 26 e 30 horas
- Entre 31 e 35 horas
- Entre 36 e 40 horas
- Entre 41 e 44 horas
- Mais que 44 horas

Há quanto tempo é *freelancer*?

- Há 1 ano
- De 2 a 5 anos
- De 6 a 10 anos
- Mais de 10 anos

Já foi CLT?

Já trabalhou em outra área da comunicação? Qual(s)?

O que fez com que você optasse pelo trabalho *freelancer*?

Como considera a sua condição de trabalho, em uma escala de 0 a 10, sendo 0 ruim e 10 ótimo?

Quem é responsável por essa condição?

Tem benefícios, como plano de saúde, plano odontológico, férias remuneradas, 13º, participação nos lucros e resultados, ou outros?

E com relação à segurança no trabalho, sente-se segura?

Enxerga oportunidades de crescimento? Se sim, elas são sistematizadas ou aleatórias?

Como enxerga a presença de mulheres em cargos de gestão para as instituições para as quais trabalha? Existe igualdade nesse sentido em forma de política ou é aleatória?

Como avalia a feminização do jornalismo?

Como a feminização do jornalismo influencia as condições de trabalho na profissão?

CONDIÇÕES DE TRABALHO

O que você considera como mais desafiador no trabalho *freelancer*?

O que você considera como ponto forte do trabalho *freelancer*?

O que você considera como mais desafiador no trabalho como jornalista mulher e *freelancer*?

O que você considera como ponto forte do trabalho como jornalista mulher e *freelancer*?

“As jornalistas profissionais *freelancers* da atualidade estão cada vez mais submetidas às multitarefas e multifunções durante o exercício cotidiano das atuais rotinas noticiosas”.
Concorda? Se sim, explique.

Como é o seu ambiente de trabalho

- Em casa
- Na empresa para onde presto serviço
- Em espaço Coworking
- Outros _____

Sobre os custos desse ambiente de trabalho (energia, internet, aluguel, água, limpeza etc), quem arca?

De acordo com o tempo de atuação profissional que você tem, qual a alteração mais significativa que você teve na rotina da profissão?

De acordo com o tempo de atuação profissional que você tem, houve algum tipo de alteração nas propostas/contrato de trabalho?

Como avalia essa reorganização do mundo do trabalho?

MAPEAMENTO DE TECNOLOGIAS

Utiliza tecnologias para a coleta de conteúdos e fatos jornalísticos? Se sim, quais?

Quais são as tecnologias utilizadas na produção de conteúdo jornalístico, por você?

- Editores de texto - como o Microsoft Word, Google Docs e outros
- Programas de edição de imagem - como o Adobe Photoshop, GIMP, Canva e outros
- Programas de edição de vídeo - como o Adobe Premiere, Final Cut Pro, iMovie e outros
- Softwares de gravação de áudio - como o Audacity, GarageBand e outros
- Plataformas de monitoramento de redes sociais - como o Hootsuite, Sprout Social e outros
- Sistemas de análise de dados - como o Google Analytics, Adobe Analytics e outros

- Plataformas de podcast - como o Anchor, Buzzsprout e outros
- Sistemas de gerenciamento de projeto - como o Trello, Asana e outros
- Sistemas de gerenciamento de fluxo de trabalho - como o Zapier, IFTTT e outros
- Plataformas de análise de mídia - como o Meltwater, Cision e outros
- Ferramentas de edição de áudio - como o Adobe Audition, Hindenburg Journalist e outros
- Softwares de transcrição - como o Temi, Trint e outros
- Ferramentas de colaboração - como o Google Drive, Dropbox e outros
- Tecnologia de reconhecimento de imagem - como o Google Vision API, Microsoft Azure e outros
- Ferramentas de verificação de fatos - como o FactCheck.org, Politifact e outros
- Softwares de modelagem de dados - como o Tableau, Power BI e outros.

Existem outras tecnologias utilizadas na produção de conteúdos jornalísticos? Se sim, quais?

Quais são as tecnologias utilizadas por você na distribuição de conteúdo jornalístico?

- Plataformas de distribuição de conteúdo - como o Facebook, Twitter, Instagram e outros
- Sistemas de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM) - como o Salesforce, Hubspot e outros
- Sistemas de gerenciamento de e-mail - como o Mailchimp, Campaign Monitor e outros
- Ferramentas de automação de marketing - como o Marketo, Eloqua e outros
- Tecnologia de inteligência artificial - como chatbots, reconhecimento de voz e outras aplicações de IA
- Ferramentas de otimização de mecanismos de busca (SEO) - como o SEMrush, Ahrefs e outros
- Plataformas de streaming de vídeo - como o YouTube, Vimeo e outros
- Sistemas de gestão de redes sociais - como o Buffer, Sprout Social e outros
- Sistemas de chat ao vivo - como o LiveChat, Intercom e outros
- Plataformas de gerenciamento de publicidade - como o Google AdWords, Facebook Ads e outros

Existem outras tecnologias utilizadas na distribuição de conteúdos jornalísticos? Se sim, quais?

Como avalia o uso de diferentes tecnologias digitais do jornalismo, sob o ponto de vista do trabalho que precisa realizar?

Existe alguma pressão adaptativa para se adequar às exigências tecnológicas digitais?

Como as tecnologias digitais influenciam as suas condições de trabalho?

Sente que as tecnologias digitais do jornalismo redefinem a coleta, produção e distribuição de conteúdo jornalístico?

E sobre o desafio da desinformação e a necessidade de verificação rigorosa dos fatos, reiterando a importância de uma postura ética e de responsabilidade social no jornalismo diante de um cenário midiático em constante evolução. Como avalia esse aspecto da profissão?

Convive com produção de notícias sem intervenção humana ou inteligência artificial para essa finalidade?

Esta pesquisa defende a precarização laboral do jornalismo, como a avalia na sua realidade?

APÊNDICE B –TCLE UTILIZADO

A Sra. está sendo convidada como voluntária a participar da pesquisa **“VOZES FREELANCERS: Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro”**. Nesta pesquisa pretendemos “investigar a interação entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais no contexto do jornalismo freelance no Brasil”. O motivo que nos leva a estudar é “compreender como esses fatores influenciam a prática jornalística, a evolução da profissão e as condições de trabalho das mulheres jornalistas autônomas”.

Para esta pesquisa serão adotadas duas etapas metodológicas: a primeira, uma pesquisa bibliográfica para a contextualização do tema. A segunda, uma entrevista semiestruturada com seis jornalistas brasileiras freelancers, atuando no Brasil, representando as áreas de trabalho da profissão, sendo elas: Jornalismo impresso, Telejornalismo, Radiojornalismo, Fotojornalismo, Jornalismo digital e Jornalismo corporativo. O intuito é exemplificar e validar as argumentações deste trabalho. Todas as entrevistas serão realizadas através do Google Meet, em reuniões individuais com a pesquisadora e a entrevistada. É nesta segunda etapa da pesquisa que se encaixa a participação da senhora, através de uma conversa a partir de um roteiro contendo uma etapa de identificação com cinco perguntas, uma etapa de perfil profissional com 22 perguntas, uma etapa sobre suas condições de trabalho com 11 perguntas, uma etapa das tecnologias que usa em sua profissão contendo 12 perguntas.

Os riscos envolvidos na pesquisa são baixos, consistem em desconforto ou constrangimento ao responder a uma ou mais questões. Também existe o risco do vazamento de dados sensíveis, razão pelo que a respondente poderá não responder o que julgar como não pertinente e desistir a qualquer momento de participar, assim como ser encaminhado para atendimento psicológico caso sinta necessidade. Esse encaminhamento é de responsabilidade da pesquisadora. Para mitigar o risco de vazamento de dados sensíveis na pesquisa, estão adotadas as medidas de anonimização dos dados, restrição de acesso, armazenamento seguro e monitoramento contínuo.

Entre os benefícios do estudo, está a oportunidade de entender o cenário de atuação profissional para as jornalistas brasileiras. O benefício reside também e principalmente na oportunidade de ter suas experiências, desafios e perspectivas reconhecidos e validados pela pesquisa acadêmica; ao compartilhar suas vivências como mulher jornalista autônoma no contexto do jornalismo freelance no Brasil, contribuirá para a construção do conhecimento sobre as condições de trabalho no setor.

Para participar deste estudo a Sra não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. A Sra terá o esclarecimento sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que a Sra é atendida pela pesquisadora, que tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. A entrevista terá uma duração estimada de 60 a 90 minutos.

A Sra não será identificada de forma particular e individual em nenhuma publicação dos resultados da pesquisa.

Este termo de consentimento está disponível online em pdf e, após assinatura, será alocado com a entrevistadora, e a participação na pesquisa estará condicionada à sua aceitação. A Sra também receberá uma cópia deste termo por e-mail, indicando assinatura em 2 vias, e com todas as folhas rubricadas. A coleta de assinatura para consentimento informado será realizada de forma digital, utilizando plataformas seguras e confiáveis que garantam a autenticidade e a integridade do processo, como o GOV.BR.

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com a pesquisadora responsável por um período de 2 (dois) anos, e após esse tempo serão eliminados. A pesquisadora tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a Legislação Brasileira (Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde) e a Lei Geral de

Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Os dados obtidos serão tratados com confidencialidade e anonimato, sendo atribuídos códigos ou pseudônimos às participantes para preservar sua identidade. As entrevistas serão gravadas e posteriormente transcritas para análise, sendo os arquivos de áudio e os dados transcritos armazenados de forma segura no drive da pesquisadora, disponibilizado pela Unesp. A análise dos dados seguirá uma abordagem qualitativa, buscando identificar padrões, tendências e relevância para os objetivos da pesquisa.

Declaro que concordo em participar e que fui informado (a) dos objetivos da pesquisa **“VOZES FREELANCERS: Precarização e gênero na evolução do jornalismo brasileiro”**, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar.

Caso seja necessário o contato imediato com a pesquisadora da pesquisa para esclarecer dúvidas ou relatar algo sobre os procedimentos recebidos durante ou após a pesquisa, entrar em contato com **M.^a Luciana Galhardo Batista Simon** pelos meios:

- **Contato eletrônico: luciana.galhardo@unesp.br**
- **Contato telefônico: (14) 99762-5553**

Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa do UNISAGRADO, o qual te ajudará, orientará e explicará sobre a pesquisa:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humano do UNISAGRADO

Endereço: Rua Irmã Arminda 10-50, Jardim Brasil, CEP: 17011-160, Andar térreo do Bloco “G”, setor de Pós-Graduação.

Fone: (14) 2107-7340

E-mail: cep@unisagrado.edu.br

Horário de funcionamento: De segunda a sexta-feira das 8h:00min às 17h:00min.

Local, _____ de _____ de 2024 .

Nome do(a) participante da pesquisa:

Assinatura do(a) participante:

Data:

Nome do(a) pesquisador(a) responsável: Luciana Galhardo Batista Simon

Assinatura do(a) pesquisador(a):

Data:

ANEXO A – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA

**CENTRO UNIVERSITÁRIO
SAGRADO CORAÇÃO -
UNISAGRADO**



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: VOZES FREELANCERS: Uma análise da evolução do jornalismo por jornalistas brasileiras

Pesquisador: LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 79847024.7.0000.5502

Instituição Proponente: Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.915.423

Apresentação do Projeto:

Trata-se de uma pesquisa de doutorado na área de Mídia e Tecnologia sobre a evolução do jornalismo a partir da perspectiva da atuação das mulheres jornalistas autônomas no contexto brasileiro marcado pela plataforma de veículos, da comunicação jornalística multimidiática e transmidiática, bem como de novos arranjos econômicos no trabalho. Para tanto, a autora propõe como percurso metodológico: Revisão bibliográfica de caráter exploratório interdisciplinar; e Entrevista semiestruturada com seis jornalistas brasileiras freelancers. A participação de seres humanos é a razão pelo que o projeto foi submetido a este CEP para apreciação ética.

Objetivo da Pesquisa:

De acordo com o projeto de pesquisa, o objetivo geral da proposta é "Investigar a interação entre feminização, precarização laboral e tecnologias digitais no contexto do jornalismo freelance no Brasil, visando compreender como esses fatores influenciam a prática jornalística, a evolução da profissão e as condições de trabalho das mulheres jornalistas autônomas". Dele derivam os seguintes objetivos específicos: "a) Compreender a evolução da feminização do jornalismo brasileiro e como isso influencia a profissão; b) Aprofundar a compreensão sobre a precarização laboral no campo jornalístico, identificando e analisando os novos modelos de vínculo empregatício, com ênfase nas profissionais freelancers e suas condições laborais, como remuneração, benefícios, segurança no emprego e oportunidades de crescimento; c) Entender

Endereço: Rua Imã Arinda, nº 10-50. Setor: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação - Bloco G piso térreo.
Bairro: Jd Brasil **CEP:** 17.011-160
UF: SP **Município:** BAURU
Telefone: (14)2107-7350 **E-mail:** cep@unisagrado.edu.br

**CENTRO UNIVERSITÁRIO
SAGRADO CORAÇÃO -
UNISAGRADO**



Continuação do Parecer: 6.915.423

perspectivas reconhecidos e validados pela pesquisa acadêmica; ao compartilhar suas vivências como mulher jornalista autônoma no contexto do jornalismo freelance no Brasil, contribuirá para a construção do conhecimento sobre as condições de trabalho no setor.”.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A metodologia proposta está adequada aos objetivos de pesquisa. Do ponto de vista da participante, o TCLE informa a metodologia de pesquisa, esclarecendo como cada método será realizado. No caso da etapa com participação da respondente, a pesquisadora informa como será a execução da entrevista (ambiente, composição da amostra, estrutura e número de questões do roteiro semiestruturado, tempo previsto de participação, coleta de assinatura, bem como riscos, estratégias de mitigação e possibilidade de desistência).

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Sob a perspectiva da ética humana, os termos de apresentação obrigatória se mostram adequados. Acrescenta-se que as etapas de realização da pesquisa, a partir da submissão do projeto a este CEP até a defesa e revisão da tese, estão devidamente indicadas no cronograma e descritas no projeto e na Brochura de Informações Básicas.

Recomendações:

Nada a declarar.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há pendências ou inadequações.

Considerações Finais a critério do CEP:

A partir dos documentos submetidos a este CEP e analisados por seu colegiado na data de 26 de junho de 2024, considera-se que o estudo proposto não fere as questões éticas relacionadas à pesquisa com seres humanos e está APROVADO.

Ao aceitar a decisão, o pesquisador principal se responsabiliza por encaminhar os relatórios parcial e final conforme registro no cronograma proposto, via notificação na Plataforma Brasil. Ademais, quaisquer modificações referentes ao projeto apresentado deverão ser comunicadas ao CEP, via notificação na Plataforma Brasil.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2331019.pdf	25/06/2024 15:39:20		Aceito

Endereço: Rua Imã Armanda, nº 10-50. Setor: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação - Bloco G piso térreo.
 Bairro: Jd Brasil CEP: 17.011-160
 UF: SP Município: BAURU
 Telefone: (14)2107-7350 E-mail: cep@unisagrado.edu.br

**CENTRO UNIVERSITÁRIO
SAGRADO CORAÇÃO -
UNISAGRADO**



Continuação do Parecer: 6.915.423

Parecer Anterior	PB_PARECER_CONSUBSTANCIADO_CEP_6853251.pdf	10/06/2024 15:03:50	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projeto_.docx	10/06/2024 15:02:29	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito
Outros	ROTEIRO.docx	10/06/2024 15:01:46	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.doc	10/06/2024 15:01:07	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_assinado_assinado.pdf	29/04/2024 10:26:40	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito
Outros	Checklist.docx	25/04/2024 15:10:22	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_assinado.pdf	24/04/2024 14:23:09	LUCIANA GALHARDO BATISTA SIMON	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

BAURU, 27 de Junho de 2024

Assinado por:
Bruno Martinelli
(Coordenador(a))

Endereço: Rua Imã Arinda, nº 10-50. Setor: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação - Bloco G piso térreo.
 Bairro: Jd Brasil CEP: 17.011-160
 UF: SP Município: BAURU
 Telefone: (14)2107-7350 E-mail: cep@unisagrado.edu.br