



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

CLARA BEATRIZ SARAIVA FERREIRA

**O FUTURO É O AGORA: UMA ANÁLISE DA GLOBOPLAY E A
PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO**

CAMPINA GRANDE – PB

2023

CLARA BEATRIZ SARAIVA FERREIRA

**O FUTURO É O AGORA: UMA ANÁLISE DA GLOBOPLAY E A
PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC na modalidade Artigo Científico, apresentado ao curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em cumprimento aos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel.

Área de concentração: Jornalismo Digital.

Orientador: Dr. Fernando Firmino da Silva

CAMPINA GRANDE – PB

2023

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F383f Ferreira, Clara Beatriz Saraiva.

O futuro é o agora: uma análise da Globoplay e a
plataformização do jornalismo. [manuscrito] / Clara Beatriz
Saraiva Ferreira. - 2023.

26 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Cultura da convergência. 2. Globoplay. 3. Jornalismo. 4.
Plataformização. 5. Streaming. I. Título

21. ed. CDD 070.195

CLARA BEATRIZ SARAIVA FERREIRA

**O FUTURO É O AGORA: UMA ANÁLISE DA GLOBOPLAY E A
PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação do Curso de
Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do Título de
Bacharela em Jornalismo.

Área de Concentração: Jornalismo Digital.

Aprovada em: 30/11/2023.

BANCA EXAMINADORA

FERNANDO FIRMINO DA SILVA

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Rackel Cardoso Santos Guimarães

Profa. Ma. Rackel Cardoso Guimarães
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Antônio Roberto Faustino

Prof. Dr. Antônio Roberto Faustino
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu amável pai Franklin José e minha admirável mãe Maria Dalva, por moverem céus e terra por mim. Os amo, imensamente.

“O futuro da tecnologia ameaça destruir tudo o que é humano no homem, mas a tecnologia não atinge a loucura: e nela então o humano do homem se refugia.”

Clarice Lispector

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. A SOCIEDADE DE PLATAFORMA E A PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO.....	10
3. MUDANÇAS NAS DIMENSÕES JORNALÍSTICAS A PARTIR DAS PLATAFORMAS DE STREAMING.....	13
4. ANÁLISE DA PLATAFORMA GLOBOPLAY COM BASE NOS CRITÉRIOS DE USABILIDADE FRENTE À PLATAFORMIZAÇÃO.....	16
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS: O JORNALISMO DO FUTURO É O JORNALISMO DO AGORA.....	23
6. REFERÊNCIAS.....	25

O FUTURO É O AGORA: UMA ANÁLISE DA GLOBOPLAY E A PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO

Clara Beatriz Saraiva Ferreira¹

RESUMO

Este artigo oferece uma análise das implicações decorrentes da "plataformização do jornalismo" na transformação dos meios de comunicação, com foco na propagação de conteúdos jornalísticos presente na plataforma de *streaming* Globoplay. Para a análise, foram combinados estudos de comunicação e conceitos da socioteóricos, adotando uma abordagem crítico-analítica baseada em revisão de literatura. O artigo está estruturado em três seções que buscam: 1) entender como a plataformização molda o trabalho jornalístico; 2) destacar as mudanças sociais no cenário jornalístico diante dos novos moldes mercadológicos; e 3) analisar a circulação noticiosa da plataforma de *streaming* Globoplay como parte da plataformização. Durante esse percurso, o artigo enfatiza como a revolução no acesso à informação atua como um motor fundamental para a transformação nos métodos e práticas jornalísticas, impulsionada pelas produções nas plataformas de *streaming*, em especial a Globoplay.

Palavras-chave: Cultura da convergência; Globoplay; jornalismo; plataformização; *streaming*.

THE FUTURE IS NOW: AN ANALYSIS OF GLOBOPLAY AND THE PLATFORMIZATION OF JOURNALISM

ABSTRACT

This article offers an analysis of the implications arising from the "platformization of journalism" in the transformation of the media, focusing on the propagation of journalistic content present on the Globoplay streaming platform. For the analysis, communication studies and sociotheoretical concepts were combined, adopting a critical-analytical approach based on a literature review. The article is structured into three sections that seek to: 1) understand how platformization shapes journalistic work; 2) highlight social changes in the journalistic scenario in the face of new marketing models; and 3) analyze the news circulation of the Globoplay streaming platform as part of the platformization. Along the way, the article emphasizes how the revolution in access to information acts as a fundamental engine for the transformation in journalistic methods and practices, driven by productions on streaming platforms, especially Globoplay.

Keywords: Convergence culture; Globoplay; journalism; platformization; streaming.

¹ Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Email: clarabeatrizferreira@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas, a indústria da comunicação tem experimentado mudanças impulsionadas pela rápida evolução tecnológica, *softwares* e pela emergência de novas plataformas de mídia digital. As principais transformações nos processos de produção foram atribuídas, entre outros fatores, à convergência midiática (JENKINS, 2009) à flexibilização do mercado de trabalho, à redução das estruturas organizacionais das empresas e à diversificação das funções e tarefas desempenhadas na área (FIGARO, NONATO & GROHMANN, 2013). As alterações também se refletiram nas infraestruturas midiáticas e na redução de custos, o que possibilitou o surgimento de novos modelos de produção e organização no campo jornalístico, identificados como "arranjos econômicos no trabalho de jornalistas" (FÍGARO, 2018).

Essas ações de integração midiática não apenas aprofundaram as práticas existentes, mas também resultaram em uma crescente dependência das plataformas digitais no cenário social e mercadológico. Esse processo é denominado como "plataformização" (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018). As interações dos trabalhadores com suas organizações passaram a ser intermediadas por tecnologias que possuem lógicas específicas de organização, supervisão e coleta de dados. Estas tecnologias são, por vezes, vistas como simples intermediárias nas relações interpessoais, o que por sua vez, desencadeia uma reconfiguração do ambiente e da forma como se trabalha.

A transição do analógico para o digital, juntamente com o advento da internet, da web, das redes sociais e dos dispositivos móveis, revolucionou profundamente a distribuição e circulação de conteúdos jornalísticos (BELL; OWEN, 2017). Esse novo contexto trouxe a ubiquidade da comunicação, introduziu o conceito de convergência nas redações, elevou a importância da audiência, deu origem à "plataformização do jornalismo" e abalou a posição tradicional do jornalista como o principal curador das informações, ao envolver algoritmos nas decisões editoriais (VAN DIJCK *et al.*, 2018; BELL, OWEN, 2017). Conseqüentemente, o campo do jornalismo tem passado por profundas transformações nos processos de produção, distribuição e recepção de discursos informativos. Novas abordagens na criação e divulgação de conteúdo estão reconfigurando as narrativas jornalísticas, adaptadas a um público cujas práticas de consumo e acesso foram drasticamente alteradas pelas possibilidades oferecidas pelas tecnologias de comunicação e informação (FAUSTO NETO, 2018).

É importante ressaltar que a plataformização que ocorre no âmbito social e jornalístico é entendida como uma crescente integração das infraestruturas e mecanismos das plataformas na sociedade (POELL, NIEBORG & VAN DIJCK, 2020), o espaço ocupado pelo jornalismo é frequentemente analisado a partir das suas práticas de forma mais ampla. Isso significa observar como o próprio jornalismo se adapta às transformações decorrentes da sua dependência das grandes plataformas, especialmente as *Big Five* – Google (Alphabet), Amazon, Facebook, Apple e Microsoft. Essa tendência tem influência no compartilhamento de notícias, reportagens e até mesmo em novos formatos e gêneros, sem falar na necessidade de ajustar as operações técnicas para acompanhar as dinâmicas em constante mudança e as lógicas das plataformas, impactando, assim, todas as atividades no campo da comunicação. A interdependência dessa relação também tem impacto direto na propagação de informações por meio dos serviços de *streaming*, no qual uma grande diversidade de conteúdos é disponibilizada para o público.

Assim sendo, podemos nos questionar: De que forma a plataformização do jornalismo influencia a narrativa e produção de conteúdos noticiosos das plataformas de *streaming*,

levando em consideração seu impacto nas estratégias de negócios, nas relações entre as organizações de notícia e os novos *players* do setor jornalístico?

A partir da análise realizada na plataforma Globoplay, percebe-se que os indicadores fornecem a resposta dessa questão. Nas plataformas de *streaming* com vídeos sob demanda – denominados de VOD² – à exemplo do YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Disney Plus e Globoplay os conteúdos são transmitidos através da internet e organizados em catálogos, oferecendo diversas opções de fluxo de acordo com as escolhas do usuário. As produções audiovisuais destinadas a esse tipo de consumo apresentam diferenças significativas em relação ao sistema *broadcast*, uma vez que não incluem intervalos comerciais e não seguem os códigos tradicionais da televisão. Esse meio de disseminação de conteúdos noticiosos abrange o modelo de negócios, narrativas e dinâmicas de consumos atrelados às transformações da sociedade capitalista.

A Globoplay é uma das principais plataformas de *streaming* no cenário brasileiro, e desempenha um papel significativo na difusão da mídia como potencializador na propagação do conteúdo noticioso. O crescimento acelerado do setor de *streaming* no Brasil se deve, em grande parte, a estratégias de marketing agressivas voltadas para atrair o público, assim como à adaptação às condições específicas desse mercado. Essas estratégias buscam tirar proveito da mobilidade e comodismo inerente ao *streaming*, ao permitir que os consumidores acessem conteúdo quando e onde desejarem, tornando-o um concorrente direto da mídia tradicional, como a televisão e o rádio. A agilidade e a acessibilidade oferecidas por essa tecnologia têm contribuído para seu rápido crescimento, conquistando uma fatia significativa do público, enquanto as condições de mercado favoráveis proporcionam um ambiente propício para sua expansão.

Neste artigo, de cunho teórico e exploratório, analisamos a plataforma de *streaming* Globoplay como parte da plataformização do jornalismo, a fim de compreender de que maneira a plataformização molda a sociedade e o trabalho jornalístico, tendo como enfoque a usabilidade da plataforma, compreendemos a circulação noticiosa da plataforma de *streaming* Globoplay como parte da plataformização e destacamos as mudanças sociais no cenário jornalístico diante dos novos moldes mercadológicos destacando a necessidade de aprimoramento da infraestrutura tecnológica da Globoplay para aproveitar eficientemente as oportunidades geradas pelo processo de plataformização. O avanço constante das tecnologias reflete-se não apenas em novas perspectivas de experiências, mas também em funcionalidades que consolidam a integração entre os fluxos de transmissão da TV aberta e o *streaming* através dos dispositivos móveis. Essa reformulação no âmbito jornalístico resulta no consumo linear e não linear, promovendo uma convergência e adaptação na propagação do conteúdo noticioso. No entanto, a competição acirrada por credibilidade e autonomia diante das plataformas cria um ambiente desafiador para o profissional jornalista, podendo culminar em uma potencial decadência na qualidade do jornalismo, indo contra o compromisso essencial do jornalismo com a disseminação da verdade completamente apurada e atendimento ao interesse público, delineando um futuro incerto no contexto da crescente plataformização.

2 A SOCIEDADE DE PLATAFORMA E A PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO

Ao olhar através da perspectiva da convergência midiática de Henry Jenkins (2009), que antecede o processo de plataformização conceituado por Van Dijck (2018), percebe-se que as transformações da sociedade e no jornalismo são caracterizadas pela representação da mudança cultural e social que ocorre à medida que os indivíduos são incentivados a buscar

² VOD é a sigla de “Vídeo On Demand”. O termo diz respeito à distribuição de conteúdos sob demanda.

novos conhecimentos e fazer interconexões no meio virtual. Esse fato vem sendo cada vez mais evidente visto que nos últimos anos, os dispositivos móveis tornaram-se centrais para as estratégias de indústrias e das práticas de consumo como um todo, desde a divulgação imediata de conteúdos informativos, lançamentos exclusivos de audiovisuais e produtos, até a exposição pessoal dos usuários. Fato é, devido a constante urgência por recursos que atendam as demandas dos usuários presentes nas múltiplas plataformas digitais, as ferramentas oferecidas passam a buscar uma forma de inovar, afinal, assim como observado por Jenkins, com essas transformações em curso constante algumas funções permanecerão enraizadas e outras perderão seu valor aos olhos do consumidor.

Para compreender como surge a ideia de plataformas Web como um conjunto de princípios e práticas, é crucial revisitar o conceito de Web 2.0 de O'Reilly. Por volta de 2005, a expressão "Web 2.0" tornou-se amplamente reconhecida, servindo como uma síntese das transformações que indicavam que a Internet, como um todo, estava se transformando em uma plataforma para o desenvolvimento de usuários e empresas (O'REILLY, 2005). Vale ressaltar que o conceito de Web 2.0 deve ser interpretado mais como um discurso direcionado a um público específico do que como uma tentativa de registrar mudanças tecnológicas, econômicas e socioculturais específicas (VAN DIJCK; NIEBORG, 2009). Em retrospectiva, essa conjuntura mostrou-se eficiente em preparar o terreno para uma maior transição da internet aberta ou "internet generativa" para uma "rede aplicada" de plataformas de redes sociais proprietárias (ZITTRAIN, 2008, p. 12).

Esse conjunto de atributos engloba todos os aspectos da integração midiática, desde simples anúncios em rede até o armazenamento de dados dos usuários e a colaboração. Dessa forma, o conceito de Web 2.0 parece ainda mais atual, considerando todas as contribuições que trouxe. O'Reilly destacava o consumo por meio de plataformas, utilizando aplicativos sintéticos compostos por serviços fornecidos por múltiplos processadores.

Esta é uma das áreas de Web 2.0 onde esperamos ver algumas das maiores mudanças, à medida que for aumentando o número de dispositivos conectados à nova plataforma. Quais aplicativos possíveis quando nossos telefones e nossos automóveis não estão consumindo, mas enviando dados? O monitoramento de tráfego em tempo real, *flash mobs* e jornalismo comunitário são alguns dos sinais que chamam a atenção para as capacidades da nova plataforma (O'REILLY, 2005, s/p).

Atualmente, quase todas as formas de atividades sociais, culturais e econômicas no mundo ocidental têm passado por mudanças em suas estruturas e métodos de funcionamento, tornando-se cada vez mais integradas, influenciadas e interligadas às plataformas digitais. Dessa forma, pode-se afirmar, como proposto por Van Dijck *et al.*, que “as plataformas não refletem o social, elas produzem as estruturas sociais nas quais vivemos” (VAN DIJCK *et. al*, 2018, p.11).

O conceito de plataformização refere-se ao vínculo intrínseco entre as plataformas no ambiente online e as estruturas sociais, e por abarcar múltiplas áreas que abrangem negócios, computação e estudos culturais, representa uma definição multidimensional. Essas plataformas digitais desempenham um papel fundamental na orientação da interação entre os utilizadores e na formação de normas sociais. E são consideradas "infraestruturas digitais reprogramáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização, e circulação de dados” (POELL, NIEBORG, VAN DIJCK, 2020, p.4). Contudo, é fundamental destacar que, no atual cenário do sistema de produção capitalista, determinadas infraestruturas se disseminam como o padrão adotado por uma ampla variedade de setores e domínios, refletindo a propagação de uma ideologia das plataformas que permeia toda a sociedade.

Muitos setores da sociedade agora dependem quase que exclusivamente das infraestruturas digitais fornecidas pelas cinco principais empresas de plataforma dos Estados Unidos – Google (Alphabet), Amazon, Facebook, Apple e Microsoft – também conhecidas como as *Big Five*. Segundo Van Dijck (2018, p. 20), são constituídas por seis componentes essenciais: dados, utilizadores, algoritmos, domínio, modelos de negócios e complementadores. Os dados gerados pelos usuários alimentam o banco de dados das plataformas, que é organizado por algoritmos que filtram e distribuem o conteúdo. Essas empresas projetaram um ecossistema com base em mecanismos e ferramentas, em um processo que é descrito como "dataficação", "mercantilização" e "seleção algorítmica".

À medida que a sociedade se torna cada vez mais dependente dessas infraestruturas, esses mecanismos passam a moldar o cotidiano de forma progressiva. O papel das *Big Five* como serviços infraestruturais evidencia a relação discrepante de poder no ecossistema das plataformas virtuais, isso porque as que não são integradas ao cerne do ecossistema, têm dificuldade em obter lucro por meio de suas próprias características, como a conectividade global, a acessibilidade generalizada e os efeitos de rede. (VAN DIJCK *et. al*, 2018)

É fundamental salientar que as plataformas desempenham papéis em constante evolução, adaptando-se às demandas de acordo com contextos específicos, no qual, simultaneamente, procuram expandir sua influência de forma contínua. O que acontece é um processo de centralização e integração estratégico, onde as fronteiras entre os diferentes tipos de plataformas gradualmente se confundem. E é nesse fluxo constante de interações que diferentes setores sociais passam por um processo de metamorfose, principalmente, o jornalismo e a forma de produção noticiosa. Entretanto, este fenômeno vai além de simples mudanças na sequência de produção, ele altera fundamentalmente a percepção do público em relação aos conteúdos jornalísticos e redefine os interesses que orientam a produção de notícias (FÍGARO, 2018). Esse impacto profundo cria um novo ecossistema jornalístico, no qual as plataformas digitais desempenham um papel central, moldando e direcionando a forma como as informações são produzidas, consumidas e compartilhadas. Dessa forma, a plataformização não apenas reformula a estrutura tradicional da produção de notícias, mas também influencia a interação entre jornalistas, plataformas e audiência, dando origem a um cenário jornalístico caracterizado por novos formatos e abordagens.

O cenário que emerge exerce influência sobre a sociedade, redefinindo seus padrões de consumo e produção de conteúdo. As notícias, tanto locais quanto globais, transcendem agora a tradicional grade de programação de rádio, televisão, jornais e revistas, tornando-se acessíveis por meio da sociedade em rede (CASTELLS, 2015). Os avanços tecnológicos, a disseminação da internet, as redes telemáticas e as mídias sociais atuam como agentes de intervenção e transformação em diversos setores produtivos, reconfigurando antigas práticas e exigindo abordagens que eram inexistentes há poucos anos. Essas transformações têm impactos significativos no jornalismo, gerando profissionais multitarefas, ampliando o acesso à informação, aprimorando a capacidade de cobertura e análise de dados, e criando um ambiente de convergência que afeta todas as etapas da cadeia produtiva jornalística, incluindo conteúdo, práticas profissionais, ambiente empresarial e tecnológico.

Nesse sentido, de acordo com a análise de Nieborg e Poell (2018), à medida que a circulação de conteúdo jornalístico na internet ganha mais importância, os veículos de notícias passam a depender cada vez mais das "ferramentas, receitas publicitárias e padrões de dados e governança" fornecidos pelas grandes empresas, resultando em uma produção de conteúdo fortemente influenciada. Entretanto, as plataformas emergiram como mais do que simples veículos de conteúdo, e sim como modelos de funcionamento para a prestação de serviços na rede, gerando interferências na produção, no consumo e na circulação de conteúdo jornalístico. Ao centralizar e controlar as dinâmicas de circulação e geração de receitas, as

plataformas online promovem o que é denominado como "plataformização do jornalismo". NIEBORG E POELL (2018, p.4277)

O que costumava ser um cenário em que os veículos de notícias detinham a maior parte das informações sobre seu público-alvo se transformou na contemporaneidade. Agora, encontram-se como plataformas online com seus avançados sistemas algorítmicos que coletam dados provindos dos fluxos de informação circulantes. Essa mudança paradigmática na relação entre as etapas do trabalho jornalístico, influenciada pela circulação constante, representa um tema de grande relevância no cenário capitalista atual. Isso desafia a curadoria jornalística tradicional, impacta na linguagem jornalística e influencia as estratégias de sustentabilidade, e, por consequência, os modelos de negócios do jornalismo.

A plataformização no âmbito jornalístico também acarreta outras implicações, como a aceleração do fluxo temporal e a dissolução das fronteiras físicas, características intrínsecas ao ambiente online. Esses elementos contribuem para criar uma sensação de eternização na era da conectividade. Nesse cenário, o jornalismo se integra por meio do regime de publicação contínua, no qual não há mais espaços para intervalos ou momentos específicos dedicados à divulgação de notícias. As informações são disseminadas em um incessante fluxo de postagens, atualizações, republicações, *links* e circulação por meio de diversos dispositivos, alterando gradualmente a forma como as narrativas jornalísticas são concebidas e difundidas.

Entretanto, importante se ater que as plataformas não se limitam apenas a intermediar relações, pois também moldam comportamentos devido à sua estrutura de uso e navegabilidade (POELL, NIEBORG & VAN DIJCK, 2020). Através da comunicação que ocorre no espaço das plataformas, elas coletam e geram informações que contribuem para o enriquecimento da empresa. Nesse contexto, é compreensível que, diante das possíveis apropriações e interdependências relacionadas ao trabalho jornalístico, os profissionais busquem uma gestão coletiva de sua sobrevivência.

Frente às implicações da plataformização na estrutura jornalística, os novos modelos econômicos de trabalho para jornalistas representam tanto uma oportunidade para estruturar o trabalho de maneira alternativa e independente dos conglomerados de mídia (FÍGARO, 2018), quanto um alerta para os perigos de um futuro iminente da profissão. Afinal, é nesses novos moldes mercadológicos que se destaca, principalmente, a pressão exercida pelas plataformas sobre os valores jornalísticos, o que também se reflete na tensão entre a coleta de dados inerente às plataformas e a autonomia jornalística. Isso coloca tanto as empresas de mídia tradicionais quanto os novos modelos de negócios jornalísticos em um dilema: decidir entre aderir aos valores editoriais tradicionais da organização ou do jornalismo como um todo, ou ceder às demandas das plataformas em busca de maior visibilidade e interatividade com o público.

3 MUDANÇAS NAS DIMENSÕES JORNALÍSTICAS A PARTIR DAS PLATAFORMAS DE STREAMING

Devido às transformações da sociedade moderna, que está profundamente mediatizada, as organizações de notícias estão passando por reestruturações em seus modelos de negócios, na produção de conteúdo multimídia, na distribuição multiplataforma, na necessidade de profissionais multifuncionais e em novas formas de interação com o público. Por esse motivo, considerando os avanços da modernidade e a necessidade de se impor diante da concorrência mercadológica, o Grupo Globo, – principal produtora de conteúdo do país – iniciou a expansão de sua produção da TV aberta para o *streaming* em 2015, inicialmente de forma gratuita e, posteriormente introduziu a opção de serviço por assinaturas.

A meta inicial era ampliar o conteúdo que já estava sendo transmitido na programação aberta da TV Globo, mas com o público em um fluxo migratório cada vez maior à procura dos serviços de transmissão contínua, o conglomerado viu a necessidade de uma reestruturação³. A marca passou por mudanças significativas ao adotar um design inovador e a inclusão de cores marcantes, resultando em uma interface visualmente atraente. Essas alterações aprimoraram substancialmente a experiência de navegação para o público. Além das transformações estéticas, a Globoplay reposicionou-se para oferecer aos seus assinantes um catálogo diverso, abrangendo conteúdo original e inédito, juntamente com produções televisivas e audiovisuais de alta qualidade e destaque.

No Brasil, a Rede Globo de televisão manteve sua posição como a principal emissora do país, consolidando-se como a principal produtora de conteúdo e líder de audiência entre as redes de televisão de canal aberto. A chegada dos serviços de transmissão sob demanda nas redes online e o lançamento de uma plataforma digital pela emissora levantam diversas questões relacionadas à produção, distribuição e consumo de conteúdo audiovisual e jornalístico na era contemporânea.

De acordo com uma pesquisa conduzida pela Comscore⁴, a Globoplay figura entre as principais plataformas de *streaming* que lideram a audiência no Brasil. Conforme o estudo divulgado, as três plataformas mais assistidas no país entre os anos de 2022 e 2023 são Netflix, Globoplay e Amazon Prime, respectivamente. A Netflix mantém uma média de 50,6 milhões de usuários únicos por mês, enquanto o Globoplay registra 18,1 milhões e o Amazon Prime, 14,6 milhões. Os dados relativos ao número de usuários consideram acessos por meio de aplicativos e outras plataformas, incluindo computadores e televisões *smart*.

A plataforma Globoplay, como uma das principais representantes do cenário de *streaming* no Brasil, desempenha um papel de destaque na evolução da mídia contemporânea, especialmente no que se refere à disseminação do conteúdo jornalístico. Esse serviço de transmissão oferecido pela Rede Globo abraça um espectro amplo de conteúdo noticioso, incorporando desde noticiários ao vivo até documentários, entrevistas e programas de análise. A riqueza dessa gama de conteúdos proporciona um ambiente de referência para o público que busca informações diversas, atendendo a uma variedade de interesses e necessidades.

Através do serviço de *streaming* da Globo, os espectadores assinantes têm a oportunidade de assistir programas que perderam ou que são exibidos após seu horário de preferência, como novelas ou telejornais, sem restrições (CAPOANO, 2016, p.8). Além disso, a plataforma proporciona transmissão contínua e sem restrições de toda a programação ao vivo da TV Globo de forma simultânea, adotando o conceito de *simulcast*. O custo da assinatura mensal para acessar conteúdo que é gratuito quando transmitido pela TV aberta é justificado pela comodidade de assistir a qualquer conteúdo da TV Globo a qualquer momento ou lugar, caracterizado como "valor de comodidade" por Capoano (2016).

Nesse processo de troca de ambiente e adaptação, o critério de comodidade tornou-se fundamental na relação de consumo dessas plataformas. Picard (2013) refere-se a esse fenômeno como a conveniência resultante da percepção por parte das empresas de comunicação de que os usuários possuem necessidades diversas e habilidades variadas para dedicar tempo às informações ao longo do dia. Isso se traduz em diferentes formatos e horários para diferentes espectadores, proporcionando oportunidades distintas para recepção e consumo, "agrega-se valor aos produtos tornando-os mais fáceis e mais convenientes de

³ Fonte: DOS SANTOS NETO, Valdemir Soares; STRASSBURGER, Damaris. **O reposicionamento do Globoplay**: um estudo de caso sobre a reconfiguração de identidade da plataforma de streaming da Rede Globo. 2019.

⁴ Comscore é uma empresa estadunidense que fornece análises da internet de grandes empresas, agências de publicidade e de mídias mundiais.

utilizar. (...) As organizações noticiosas podem agregar valor ao dar atenção aos fatores relacionados como a agregação, disponibilidade e uso do seu conteúdo” (PICARD, 2013, p. 137).

A comoditização está intrinsecamente ligada aos modelos de negócios das plataformas. No entanto, ao invés de se restringir a uma lógica de negócios específica de uma única plataforma, a comoditização opera em uma escala mais ampla. Esse mecanismo engloba simultaneamente várias lógicas de mercado, resultando na concentração do poder econômico nas mãos das poucas plataformas infraestruturais que controlam o núcleo do ecossistema. Esse fenômeno ocorre porque essas plataformas centrais conseguem se posicionar estrategicamente como intermediários que agregam, ao mesmo tempo em que filtram e determinam o que será produzido e distribuído em seus domínios (VAN DIJCK, 2018).

Portanto, a comodidade e praticidade presentes nos formatos e apresentações do material desempenham um papel significativo. A simplicidade e robustez do aplicativo móvel da Globoplay tornam-no atrativo aos usuários, conquistando espaço em relação a outras plataformas menos funcionais ou amigáveis, como o YouTube ou sites ilegais. Embora o conteúdo audiovisual da Globoplay possua um valor intrínseco elevado, dado o prestígio da dramaturgia da TV Globo e o jornalismo de alta qualidade tecnicamente, a relação de troca inicia-se com a permanência do consumidor na plataforma e culmina no processo de adesão ao formato *Premium*. Em outras palavras, a composição do valor da Globoplay começa pelo valor intrínseco, passa pelo valor social individual e se concretiza no valor econômico.

Além de proporcionar maior conveniência para o público conectado, a plataforma expandiu suas ofertas e introduziu novas possibilidades na gestão de conteúdo da emissora. No período entre 2016 e 2017, alguns produtos foram lançados no aplicativo antes de sua exibição na televisão, caracterizando-se como *"digital first"*. Outros conteúdos foram exclusivamente disponibilizados no VOD, sendo chamados de *"digital only"*. A produção em 4K e 4K HDR da Globo também passou a ser acessível ao público por meio do VOD em TVs conectadas. O acesso à plataforma pode ocorrer de duas maneiras distintas. A primeira destina-se aos usuários gratuitos, também conhecidos como usuários *Freemium*, que têm a possibilidade de visualizar partes de novelas, minisséries e outros programas jornalísticos. A segunda opção, para os usuários *Premium*, é reservada aos assinantes da Globo.com, proporcionando acesso ilimitado a todo o conteúdo disponibilizado pela emissora, abrangendo não apenas produções nacionais, mas também conteúdos internacionais e o acervo de originais da emissora.

Apesar do conteúdo audiovisual do Globoplay ter valor intrínseco, já que a dramaturgia da TV Globo é a melhor do Brasil e o jornalismo, tecnicamente de alto nível, a relação de troca se inicia na permanência do consumidor na plataforma, e termina na monetização do processo, pelo formato *Freemium*. Em outras palavras, a composição de valor do Globoplay se inicia pelo valor intrínseco, passa pelo valor social e individual, e finaliza no valor econômico - (CAPOANO, 2016, p. 8)

Sabe-se que a disponibilidade de informações está em constante crescimento, inclusive em formatos gratuitos. No entanto, devido à grande oferta de informações, elas se tornam menos exclusivas e escassas, e o aumento na quantidade de informações disponíveis não necessariamente implica um aumento na demanda por informações. Isso pode ser visto como uma relação simples de oferta e demanda, onde a oferta de informações aumentou consideravelmente em números, entretanto, não necessariamente resulta em um aumento equivalente na demanda por informações. Percebe-se que a estratégia de consumo da plataforma Globoplay envolve uma combinação de diversos domínios de interesse, uma vez

que a empresa reconhece a diversidade e complexidade do público que atende. Esse fato se deve ao Grupo Globo reconhecer que diante dessas variáveis em constante transformação, é essencial direcionar investimentos para aprimorar outras funcionalidades de seus produtos, disponibilizados pela Globoplay. Portanto, eles enfocam na promoção da mobilidade e na acessibilidade ao conteúdo em qualquer momento e local.

Dessa forma, os consumidores, ao expressarem o nível de interesse nos produtos oferecidos pela plataforma, devem ser objeto de uma avaliação de precificação. Nesse contexto, tanto o valor de troca quanto o valor de uso surgem como desdobramentos desse processo. Observa-se que o Globoplay parece estar eficazmente preservando o valor associado à TV Globo no ambiente digital. A transmissão irrestrita em *streaming* da programação ao vivo proporciona a segurança de que a filosofia da TV aberta e gratuita é mantida na esfera online. Adicionalmente, a mobilidade para assistir à programação da Globo em qualquer dispositivo digital gera valores individuais, tais como conveniência, satisfação emocional e senso de pertencimento. A facilidade e mobilidade oferecidas por esse serviço plataformizado resultam em uma resposta emocional positiva por parte do público, que encontra sua programação favorita disponível a qualquer momento, influenciando a decisão de permanecer na plataforma da TV Globo em vez de recorrer a sites alternativos.

Através da Globoplay, os telespectadores e consumidores de notícias podem desfrutar de uma experiência jornalística que abrange uma multiplicidade de tópicos e abordagens, adaptadas aos diversos gostos e demandas, ou seja, diferentes nichos sociais. Essa diversidade de opções reflete o compromisso da plataforma em manter-se alinhada com os novos padrões de consumo de mídia e nas preferências da audiência moderna. Além de evidenciar a influência sob a democratização do acesso à informação, permitindo que os espectadores escolham o que, quando e como desejam consumir notícias e conteúdo jornalístico, fortalecendo assim a interconectividade da sociedade.

4 ANÁLISE DA PLATAFORMA GLOBOPLAY COM BASE NOS CRITÉRIOS DE USABILIDADE FRENTE À PLATAFORMIZAÇÃO

Embora os serviços de *streaming* plataformizados proporcionem uma enorme conveniência aos usuários, é essencial que a usabilidade da plataforma seja funcional e atenda às expectativas dos consumidores, principalmente no que diz respeito à busca por informações e conteúdos noticiosos. A experiência do usuário desempenha um papel significativo na aceitação e no sucesso de uma plataforma, não apenas por facilitar o acesso e a navegação, mas também por contribuir para a satisfação do consumidor, influenciando diretamente a decisão de continuar utilizando a plataforma. Para garantir a usabilidade ideal, as plataformas de *streaming* precisam considerar diversos fatores, como a interface do usuário, a organização do conteúdo, a facilidade de pesquisa e a resposta rápida aos comandos. No entanto, essas plataformas encontram desafios ao lidar com as necessidades individuais de seleção de conteúdo em catálogos extensos, assim como ao adaptar-se às interações das audiências por meio da personalização do consumo, áreas dedicadas a *feedbacks*, recuperação e adaptação de materiais, elementos cruciais para a apreciação (BECKER *et al.*, 2020). A dimensão da qualidade passou a ter impacto nas experiências de consumo digital, tornando essencial a análise da usabilidade para determinar os modos de interação, navegação, uso dos recursos e ferramentas para manipulação das interfaces.

A usabilidade de uma plataforma recai principalmente sobre a eficiência e aparência do design. Entretanto, os principais critérios frequentemente utilizados incluem a visibilidade

do sistema, *feedbacks*, restrições, mapeamentos, consistência e *affordances*⁵, os quais compõem os requisitos de um sistema interativo e preciso. Nesse contexto, a interface da plataforma não deve apenas proporcionar uma experiência visual agradável, mas também criar uma ambientação que comunique de forma fácil e funcional. Ao entrar na plataforma Globoplay, é possível observar uma sequência de etapas cuidadosamente planejadas para guiar o usuário até a página principal. Essas etapas são projetadas para oferecer uma experiência de navegação clara e intuitiva, facilitando a interação do usuário com a plataforma. Tipicamente, essas etapas envolvem ações como registro ou *login*, seleção de conteúdo, busca por títulos específicos, personalização de preferências e, por fim, o acesso à página principal, onde o usuário pode explorar o catálogo de programas e iniciar a reprodução do conteúdo desejado. Portanto, nas telas iniciais, é crucial apresentar uma usabilidade simples e eficiente, conectando o público não apenas às novas produções, mas também criando um ambiente mais atrativo que destaque o valor da plataforma para o usuário.

A Globoplay oferece aos usuários a flexibilidade de acessar seu serviço de *streaming* por meio de três interfaces distintas: *smart TVs*, dispositivos móveis, como smartphones e por meio de tablets, e navegadores. Cada uma dessas opções proporciona experiências de interação únicas, apresentando recursos, ferramentas e estéticas na interface gráfica que se adaptam às particularidades de cada plataforma. Nas *smart TVs*, os usuários desfrutam de uma experiência imersiva e versátil, explorando a programação com uma interface adaptada para a visualização em televisores. Por outro lado, os dispositivos móveis oferecem mobilidade e praticidade, permitindo que os espectadores acessem conteúdo de maneira rápida e conveniente, enquanto os navegadores proporcionam uma experiência ampla e versátil para aqueles que preferem acessar a Globoplay diretamente de seus computadores. Essa variedade de interfaces visa atender às preferências e necessidades diversas do público, garantindo uma experiência de *streaming* personalizada e acessível em diferentes contextos. A diversidade de títulos oferecidos pela plataforma abrange uma ampla gama de fontes, incluindo programas da TV Globo, conteúdos dos canais da programadora Globosat, produções de podcasts, programas jornalísticos gravados e ao vivo, filmes da Globo Filmes, além de conteúdos originais produzidos exclusivamente para o Globoplay e títulos licenciados de outras fontes. Para compreender a extensão dessa oferta, uma análise quantitativa foi conduzida, com a finalidade de discorrer sobre os diversos conteúdos e sua expressividade dentro do catálogo da plataforma, proporcionando uma visão mais clara da diversidade e relevância de cada categoria de conteúdo disponível.

Além de proporcionar um extenso catálogo de conteúdos disponíveis para os clientes, os serviços de *streaming* vêm adotando uma abordagem inovadora para fidelizar seu público, utilizando algoritmos para personalizar cada vez mais a experiência de cada usuário. No entanto, a Globoplay, ainda enfrenta desafios na criação de uma experiência de usuário completamente alinhada às preferências individuais⁶, indicando uma necessidade de aprimoramento nesse aspecto. Esses critérios mercadológicos são fundamentais para estabelecer mecanismos eficazes de fidelização.

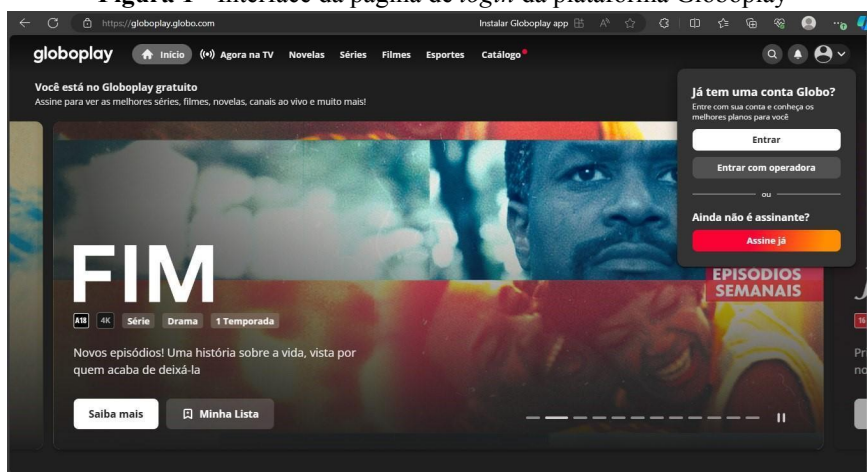
⁵ “As *affordances* da interface de um sistema interativo são importantes para guiar o usuário sobre o que o sistema é capaz de fazer e como ele pode manipular a interface para fazê-lo.” BARBOSA & SILVA (2010, p.49).

⁶ Fonte: LIMA, T. A **Globoplay: uma nova opção ou uma estratégia de sobrevivência?** Disponível em: <<https://canaldaimprensa.com.br/a-globoplay-uma-nova-opcao-ou-uma-estrategia-de-sobrevivencia/>> Acesso em: 12/11/2023

De acordo com dados do site Reclame Aqui⁷, até o momento desta pesquisa, a Globoplay ostenta uma avaliação de 8.1. Entretanto, vale ressaltar que foram registradas 8.145 reclamações relacionadas a problemas ou dificuldades enfrentados pelos usuários dentro da plataforma. As principais manifestações de insatisfação dos usuários concentram-se em diversas áreas da plataforma, destacando-se reclamações relacionadas a falhas na interface, presença excessiva de comerciais publicitários durante a reprodução de programas escolhidos e descontentamento em relação às condições das assinaturas, tanto nos planos mensais quanto nos anuais. Os erros na interface, muitas vezes, afetam a experiência do usuário, dificultando a navegação e o acesso aos conteúdos desejados. Além disso, a presença frequente de anúncios comerciais durante a exibição de programas escolhidos é apontada como uma fonte de incômodo, interferindo na fluidez da experiência de visualização. Por fim, as insatisfações relacionadas aos planos de assinatura mensais e anuais evidenciam a importância de uma abordagem transparente e alinhada às expectativas dos usuários no que diz respeito às condições contratuais oferecidas pela plataforma. Do total de reclamações sobre a plataforma foram fornecidas 8.089 respostas, indicando um esforço em apresentar possíveis soluções para as questões levantadas pelos usuários. Essa troca de informações no ambiente virtual evidencia a importância do diálogo entre a plataforma e seus usuários, contribuindo para o aprimoramento contínuo da experiência oferecida.

A documentação visual anexa neste artigo oferece uma visão detalhada da interface da plataforma. É de praxe enfatizar que todas as imagens são providas da interface da plataforma de *streaming* Globoplay via *browser*. As figuras 1 e 2 focalizam a etapa inicial da interface, onde os usuários realizam o cadastro e efetuam o *login* para acessar os conteúdos disponíveis. Ao proporcionar uma visão abrangente das categorias que estruturam o material disponível e dos gêneros que atendem a uma variedade de preferências e interesses, a interface simplifica a navegação e a seleção de conteúdo, enriquecendo a experiência do usuário com uma abordagem mais intuitiva e personalizada. A criação de perfis dentro da plataforma é um claro exemplo de customização de consumo, sendo possível criar até cinco perfis por assinatura. No entanto, o processo de cadastramento não é simplificado, exigindo que o usuário crie uma conta no site Globo.com, um requisito para ter uma conta no Globoplay, enviando informações por meio de *mailing list*. Esse processo acaba por dificultar a experiência do consumidor logo no primeiro contato com a plataforma.

Figura 1 - Interface da página de *login* da plataforma Globoplay



Fonte: captura de tela

⁷ Site que classifica as reclamações feitas sobre as empresas com base nas avaliações dos consumidores, agrupando-as por categorias e apresentando rankings. Disponível em: <<https://www.reclameaqui.com.br/empresa/globo-com/>> Acesso em: 12/11/2023

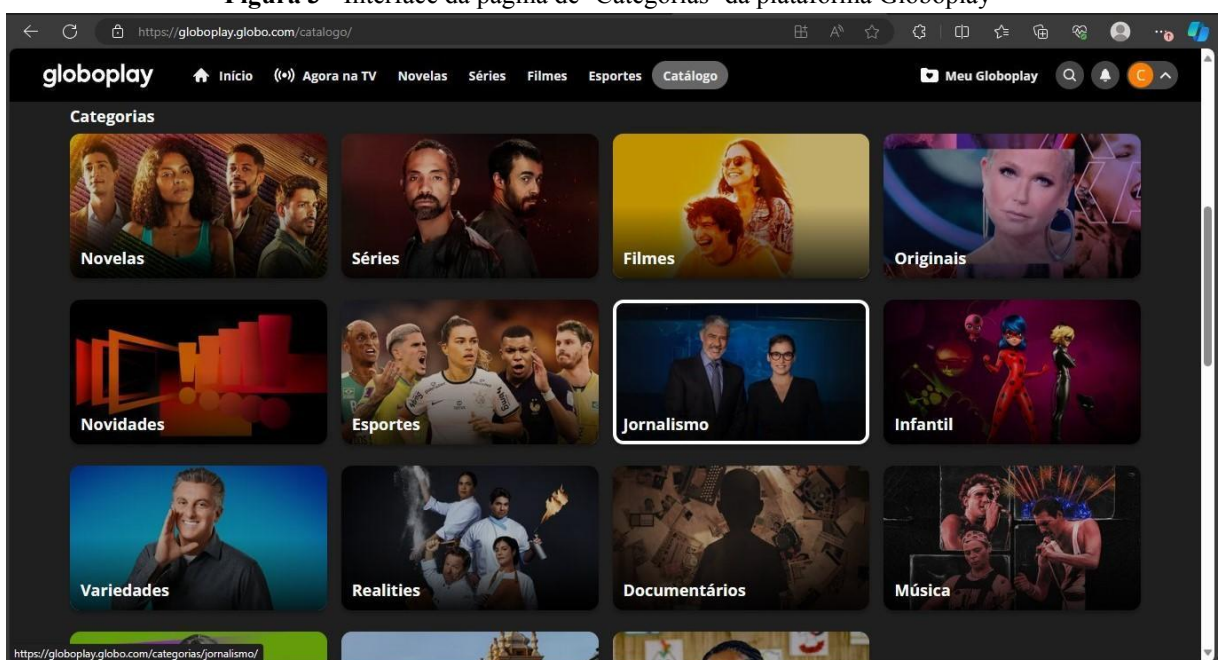
Figura 2 - Interface da página de cadastramento e *login* da plataforma Globoplay



Fonte: captura de tela

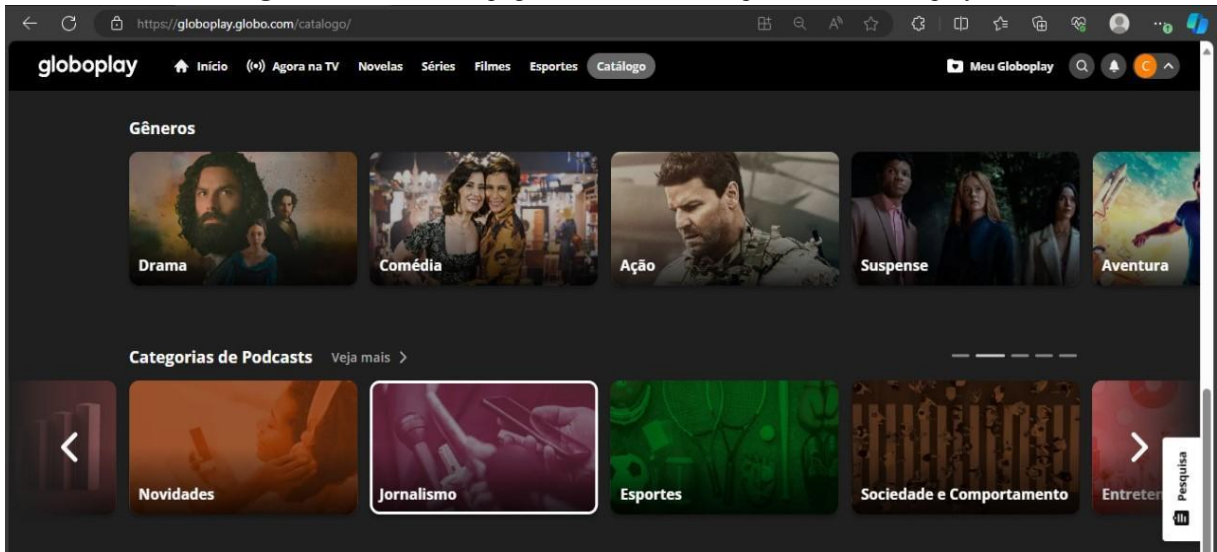
A disposição cuidadosa das categorias na Globoplay facilita o acesso dos usuários ao conteúdo oferecido, apresentando uma ampla variedade de gêneros destinados a atrair o interesse diversificado do público. A representação visual dessas categorias é particularmente significativa, evidenciando as numerosas opções disponíveis na plataforma. A organização visualmente apelativa das categorias proporciona aos usuários uma visão clara e abrangente das escolhas disponíveis, como ilustrado nas figuras 3, 4 e 5. Essa abordagem visa simplificar a navegação, tornando a experiência do usuário mais agradável e eficiente. Ao destacar visualmente as opções de gênero, a plataforma busca atender às preferências variadas de sua audiência, proporcionando uma experiência de *streaming* que atenda aos diferentes interesses e necessidades dos usuários.

Figura 3 - Interface da página de 'Categorias' da plataforma Globoplay



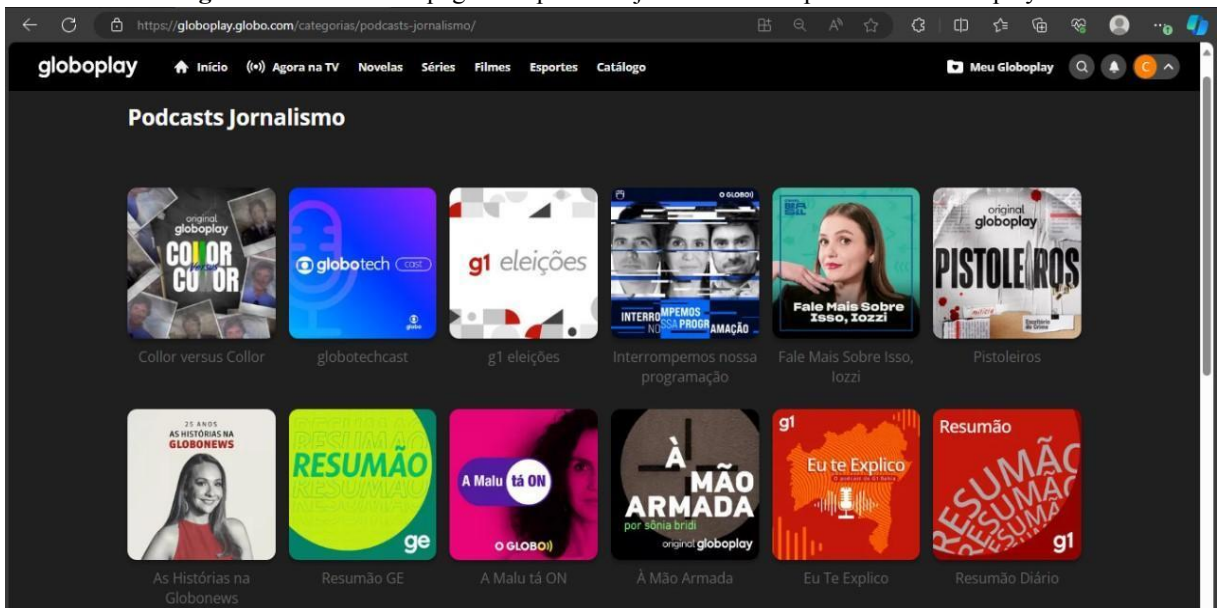
Fonte: captura de tela

Figura 4 - Interface da página de 'Gêneros' da plataforma Globoplay



Fonte: captura de tela

Figura 5 - Interface da página de podcasts jornalísticos da plataforma Globoplay



Fonte: captura de tela

A interface do conteúdo se apresenta como central, mas ao ser selecionada o sistema direciona o usuário para a segunda interface, que apresenta não apenas as informações detalhadas sobre o conteúdo, mas também o reproduzidor de vídeo. Uma ferramenta que diferencia a interação nos dispositivos *mobile* é a opção para download dos conteúdos, o assinante ao acessar a ferramenta pela primeira vez encontra uma lista dos conteúdos disponíveis para assistir no modo *offline*. O acesso pela interface do *browser* oferece algumas ferramentas de comunicação interpessoal, que se assemelham a alguns sites de conteúdo online, por comentários e formas de compartilhamento. Assim como é ilustrado na figura 6.

Figura 6 - Interface de um conteúdo jornalístico de transmissão gravada na plataforma Globoplay

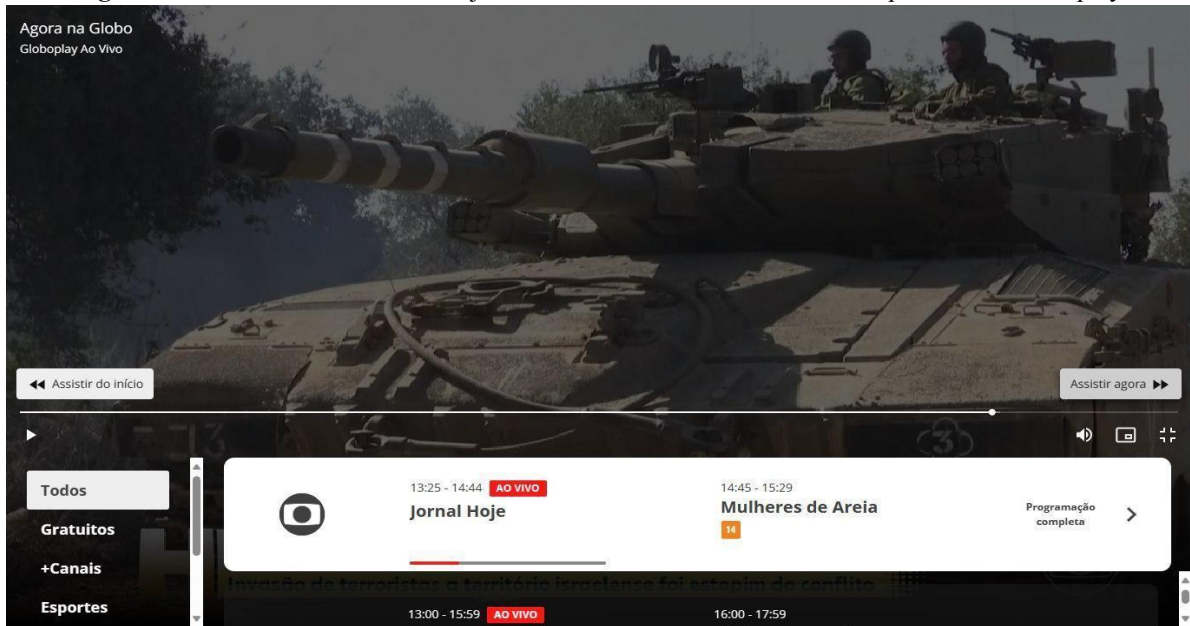


Fonte: captura de tela

O serviço da Globoplay ainda oferece trechos dos conteúdos gratuitos que são recomendados ao usuário, onde é possível encontrar a seção de comentários. Entretanto, essa função não é habilitada em todos os conteúdos, sendo esse um erro de *design*, que abrange tanto a qualidade da interface quanto a inexistência de sua utilidade. É importante ressaltar que a plataforma Globoplay se apresenta como um 'site' onde os comentários são recursos comuns, e, portanto, os usuários têm a expectativa de poder realizar essa ação. Quando não conseguem utilizar esse recurso, tendem a procurar outros espaços, como redes sociais digitais e fóruns, para participar de discussões. Além disso, os assinantes também recebem propagandas, o que não corresponde aos benefícios das assinaturas.

A figura 7 demonstra como a experiência de transmissões ao vivo dentro da plataforma Globoplay se destaca pela sua interface dinâmica e intuitiva. O serviço de *streaming* proporciona aos usuários uma navegação fluida e acessível, permitindo o acesso fácil e imediato aos diversos conteúdos da programação. A disposição clara e organizada das opções facilita a seleção de canais e programas em tempo real, oferecendo uma experiência de visualização do conteúdo ao vivo de alta qualidade. Além disso, a interface dinâmica adapta-se de forma eficiente aos diferentes dispositivos, como *smart TVs*, *smartphones* e navegadores, garantindo uma consistência na experiência do usuário. Essa abordagem intuitiva da Globoplay eleva a qualidade da interação do usuário com as transmissões ao vivo, tornando o processo de assistir conteúdo ao vivo ainda mais envolvente e agradável.

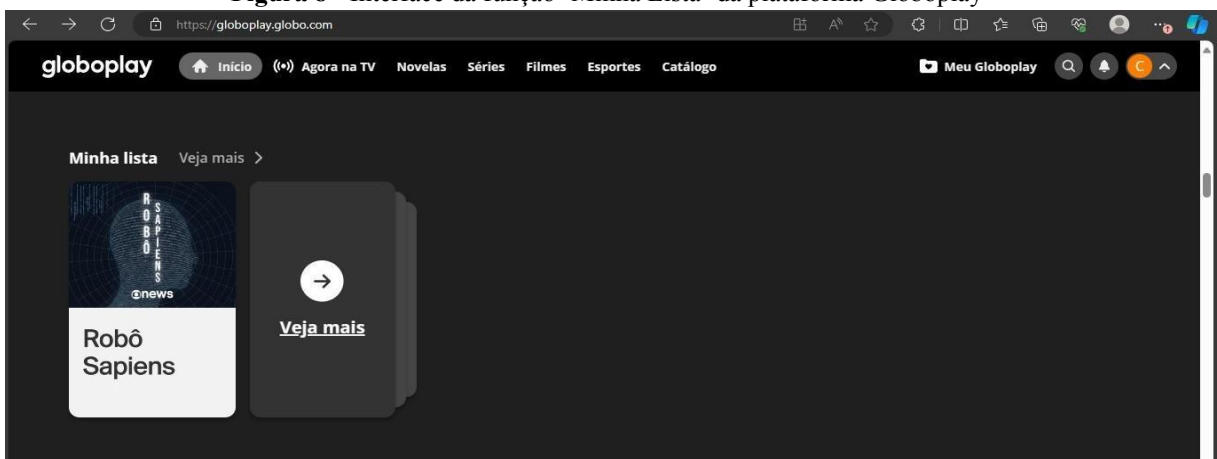
Figura 7 - Interface de um conteúdo jornalístico em transmissão ao vivo na plataforma Globoplay



Fonte: captura de tela

A funcionalidade 'Minha Lista', que pode ser visualizada na figura 8, desempenha um papel significativo na experiência do usuário dentro da plataforma Globoplay, proporcionando praticidade e personalização. Ao utilizar essa ferramenta, os usuários têm a capacidade de selecionar até vinte e quatro títulos como seus favoritos, criando uma lista personalizada de conteúdos de seu interesse. Essa função não apenas simplifica o acesso rápido aos programas e séries preferidos, mas também agiliza a navegação na plataforma, tornando-a mais adaptada aos gostos individuais. Além disso, o recurso de sincronização 'Continue assistindo' oferece uma experiência de visualização mais flexível. Os usuários podem pausar a reprodução de um conteúdo a qualquer momento e, ao retornar à plataforma, retomar a reprodução exatamente de onde pararam.

Figura 8 - Interface da função 'Minha Lista' da plataforma Globoplay



Fonte: captura de tela

Essa funcionalidade é especialmente útil para aqueles que gostam de consumir conteúdo em diferentes sessões, permitindo que mantenham o controle sobre o progresso e evitem a necessidade de buscar manualmente o ponto em que interromperam. Quanto ao recurso de lista de vídeos em séries, ele proporciona uma maneira organizada e conveniente

de acessar os episódios completos das temporadas. Ao apresentar os episódios em sequência, a plataforma facilita a continuidade da visualização, permitindo que os usuários desfrutem de uma experiência de consumo de conteúdo mais fluida e envolvente. Essas opções de personalização para os usuários, mas também otimizam a usabilidade da plataforma, promovendo uma experiência mais intuitiva e adaptada aos hábitos individuais de consumo de conteúdo.

Os produtos jornalísticos disponíveis na plataforma da Globoplay refletem uma abordagem multimidiática evidenciada pela incorporação de novas funções e produtos adaptados. A plataforma, alinhada com a tendência de plataformização, busca não apenas apresentar comunicação mais ampla, mas também se adaptar às diversas demandas e expectativas de seus usuários e espectadores. Essa mudança no cenário jornalístico para atender a diferentes perfis de público é uma característica distintiva, demonstrando a flexibilidade da Globoplay em abraçar a diversidade de sua audiência. Essa abordagem não apenas enriquece a experiência do usuário, mas também destaca a capacidade da plataforma em se ajustar dinamicamente às mudanças nas preferências e necessidades do público, consolidando seu papel como uma fonte inovadora e adaptável de produtos jornalísticos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: O JORNALISMO DO FUTURO É O JORNALISMO DO AGORA

Diante das reflexões apresentadas neste artigo é possível afirmar que a sociedade enfrenta um cenário complexo, no qual as plataformas envolvidas no processo de plataformização desafiam os modelos de negócios das grandes organizações midiáticas, ao mesmo tempo em que se tornam cada vez mais essenciais para a disseminação da produção jornalística. Nesse contexto, essas estruturas organizacionais não apenas diferem em suas condições de sustentação e abordagens financeiras em comparação com as mídias tradicionais, mas também buscam oferecer produtos jornalísticos distintos dos produzidos pelas grandes empresas de notícias, valendo-se das plataformas digitais para a execução e divulgação de seus trabalhos.

As inquietações que emergem no âmbito jornalístico através da plataformização são explicadas como uma relação de dúvidas e incertezas no meio mercadológico. A forte presença das tecnologias digitais e as mudanças estruturais oriundas do cenário emergente têm impactado significativamente a natureza e a configuração dos produtos jornalísticos. Esse movimento traz consigo uma série de desafios e dificuldades para os profissionais. A exemplo do sistema econômico e social, juntamente com as organizações e as práticas produtivas que emergem como elementos influenciadores no ambiente de trabalho dos jornalistas, configurando o atual campo como uma arena constantemente em mutação. Dentro dessa perspectiva, o sucesso e o fracasso são principalmente atribuídos ao esforço individual. Segundo, Dardot e Laval (2016), a gestão empresarial sob uma abordagem neoliberal, que internaliza as pressões do mercado, traz consigo a incerteza e a intensa competição, levando os indivíduos a percebê-las como falhas pessoais, uma fonte de vergonha e desvalorização.

Entende-se que as plataformas não apenas interagem com a profissão jornalística, mas também se tornam uma ameaça à autonomia desses profissionais, exercendo um impacto direto nos critérios editoriais e desencadeando uma verdadeira crise de identidade. As preocupações éticas e relacionadas à produção de conteúdo são intensificadas pela abrangência em rede e pela relevância dessas plataformas, cujos algoritmos ditam o que é mais viável e rentável para o consumo do público.

O jornalista na era da plataformização se configura como uma manifestação da dataficação, da centralização do acesso e das demandas imediatas da sociedade

contemporânea (VAN DIJCK, 2014). Essas novas normas deslocam a importância do próprio conteúdo jornalístico comprometendo o compromisso fundamental do jornalismo com a verdade e o interesse público. Entretanto, o que torna essa transformação singular no jornalismo é a maneira como os profissionais reagem a essas mudanças, uma vez que, diferentemente de muitas ocupações, os jornalistas se afirmam como membros de uma profissão nobre e essencial para a sociedade, essas transições não apenas afetam o escopo de seu trabalho, mas também impactam a identidade, aspirações e autopercepção profissional.

No contexto atual, emerge uma dura realidade na qual os jornalistas percebem que não são mais os determinantes do que era considerado jornalismo. Na verdade, são os números que exercem essa influência, impondo-se de acordo com o modelo neoliberal, redefinindo assim o papel e a autonomia desses profissionais na criação e disseminação de notícias. Esse novo ecossistema que o jornalismo está inserido, apenas reafirma as complexas relações entre a profissão e as plataformas virtuais. Afinal, mesmo quando as organizações midiáticas produzem conteúdo jornalístico seguindo as diretrizes das plataformas, gradualmente perdem o controle sobre a seleção das notícias.

As organizações midiáticas têm influência sobre o ambiente em que os usuários acessam notícias nas plataformas, e têm acesso aos critérios que orientam as atualizações dos algoritmos das plataformas, os quais direcionam o fluxo de notícias e outras informações para os usuários. De maneira mais evidente, as plataformas delineiam a interação entre usuários finais e complementadores por meio de interfaces gráficas, proporcionando vantagens específicas e retendo outras. Exemplos dessas interações incluem botões como "curtir", "seguir", "avaliar", "comprar" e "pagar", e as métricas associadas a eles (BUCHER; HELMOND, 2018). O modo como as plataformas exercem esse controle se concretiza por meio de algoritmos de classificação, favorecendo sinais de dados específicos em detrimento de outros, moldando os tipos de conteúdo e serviços, enquanto outros permanecem fora do alcance.

Nesse contexto que reflete a transformação do jornalismo na contemporaneidade, optou-se por focar na usabilidade como critério central para a análise da plataforma de *streaming* Globoplay. A escolha por essa abordagem se fundamenta na compreensão de que a experiência do usuário desempenha um papel fundamental na interseção entre a audiência digital e o conteúdo jornalístico oferecido pela plataforma. A usabilidade, nesse contexto, torna-se um aspecto crucial para avaliar como a Globoplay facilita a interação dos usuários, desde o primeiro acesso até a navegação e consumo efetivo de conteúdo, influenciando diretamente na satisfação, fidelidade e apreciação geral do público diante das dinâmicas contemporâneas do jornalismo digital.

Fato é que usabilidade da plataforma Globoplay emerge como um ponto crucial no contexto da crescente plataformação do jornalismo. À medida que a audiência migra cada vez mais para plataformas digitais, a experiência do usuário na Globoplay desempenha um papel determinante na sua satisfação e fidelidade. A interface da plataforma precisa oferecer não apenas uma estética agradável, mas também funcionalidades que atendam às expectativas e necessidades do público. Desde o momento em que o usuário realiza o cadastro até a navegação pelas categorias de conteúdo e a personalização de preferências, a usabilidade da Globoplay desempenha um papel de suma importância na atração e retenção de usuários. Em meio à plataformação do jornalismo, onde o acesso digital se torna a norma, a Globoplay precisa garantir que sua plataforma seja intuitiva, fácil de usar e forneça uma experiência de consumo de conteúdo noticioso que atenda às demandas de uma audiência cada vez mais digitalizada e exigente. A usabilidade, nesse contexto, não é apenas uma questão de conveniência, mas também um elemento-chave na adaptação bem-sucedida do jornalismo à era digital e ao modelo de plataformas.

Portanto, diante da análise apresentada neste artigo, compreende-se que, para que as oportunidades oriundas do processo de plataformização sejam eficientemente aproveitadas, é necessário que a Globoplay aprimore sua infraestrutura tecnológica. O constante avanço das tecnologias não apenas abre novas perspectivas de experiências, como também se reflete nas funcionalidades presentes na plataforma. Essa evolução consolida a integração dos fluxos de transmissão da TV aberta com o *streaming* pela internet, além de influenciar positivamente o trabalho jornalístico dentro da plataforma.

Essa transição representa uma superação das fronteiras entre o consumo linear e não linear, culminando em uma convergência inovadora no cenário jornalístico. O jornalismo, intrinsecamente dinâmico, enfrenta uma constante inquietação diante do processo de plataformização. A competição intensa por credibilidade e autonomia em relação às plataformas cria um ambiente de trabalho frenético para os jornalistas, o que, por sua vez, pode resultar em uma potencial decadência na qualidade do jornalismo. A busca incessante por números e desempenho contradiz o dever essencial do jornalismo de disseminar a verdade inteiramente apurada e atender ao interesse público, delineando, assim, um futuro incerto para o jornalismo no contexto da crescente plataformização.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, S. SILVA, B. **Interação humano-computador**. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BECKER V. et al. (2020). Applying Designing Lines to Develop Audiovisual Systems. In: Kurosu M. (eds) Human-Computer Interaction. **Design and User Experience**. HCII 2020. Lecture Notes in Computer Science, vol 12181. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-49059-1_1

BELL, E., OWEN, T., BROWN, P., HAUKA, C. & RASHIDIAN, N. A imprensa nas plataformas: como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**, 2017. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>

BUCHER, T. **If... Then. Algorithmic Power and Politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

BUCHER, T.; HELMOND, A. 2017. **The Affordances of Social Media Platforms**. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 233–253). London: Sage. Doi:10.4135/9781473984066.n14 Disponível em:
<https://hdl.handle.net/11245.1/149a9089-49a4-454c-b935-a6ea7f2d8986>

CAPOANO, Edson. **Globo Play: comodidade e mobilidade como novos conceitos de valor para maior TV do Brasil** In: COMUNICON 2016, 13 a 15 de outubro de 2016. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/305489833_Globo_Play_comodidade_e_mobilidade_como_novos_conceitos_de_valor_para_maior_TV_do_Brasil. Acesso em: 12/11/2023

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

FÍGARO, R. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FÍGARO, R; NONATO, C & GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas**. São Paulo: Salta, 2023.

HELMOND, A. The platformization of the Web: Making Web data platform ready. **Social Media + Society**, v. 1, n. 2, 2015.

NIEBORG, D. B.; POELL, T. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n. 11, 2018.

O'REILLY, T. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**, 2005. Disponível em:
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

PICARD, R. **Criação de Valor e o Futuro das Organizações Jornalísticas**. Editora Mídia XXI, 1a edição. Lisboa, 2013.

PLANTIN, J. C. et al. Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. **New Media & Society**, v. 20, n. 1, p. 293-310, 2018.

POELL, T., NIEBORG, D., & VAN DIJCK, J. Plataformização. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, 2020.
<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>

VAN DIJCK, J. Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance. **New Media & Society**, 2020. <https://doi.org/10.1177/1461444820940293>

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society: Public values in a connective world**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VAN DIJCK, J. **The culture of connectivity: A critical history of social media**. New York: Oxford University Press, 2013.

ZITTRAIN, J. **The future of the Internet and how to stop it**. New Haven: Yale University Press, 2008.

SITES UTILIZADOS:

Estudo publicado por empresa de análise de mercado mostra os principais *streamings* do Brasil; Netflix, Globoplay e Prime lideram no país. [S. l.], 29 maio 2023. Disponível em:
<https://tecnoblog.net/noticias/2023/05/29/netflix-e-spotify-dominam-streaming-no-brasil-globoplay-e-segundo-mais-assistindo/>. Acesso em: 12 nov. 2023.