



## Estudos sobre dados no Brasil: panorama de pesquisas dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de 2013 até 2023<sup>1</sup>

Jhonnatan OLIVEIRA<sup>2</sup>

Larissa Leda F. ROCHA<sup>3</sup>

Nayara Cristina Silva FERREIRA<sup>4</sup>

*Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz (MA)*

### RESUMO

Sendo um estado da arte (Ferreira, 2002), o trabalho objetiva levantar e compreender o panorama de pesquisas que tratam sobre dados em plataformas digitais, em especial, no campo brasileiro de estudos da Comunicação. O delineamento teórico-metodológico está orientado pela Análise de Conteúdo Categórica (Sampaio e Lycarião, 2021). Dentre o período estudado, de 2013 até 2023, foi possível o alcance de 35 pesquisas, 24 dissertações de mestrado e 11 teses de doutorado. Como resultado, destaca-se que houve um quantitativo expressivo sobre a temática, principalmente nos últimos anos e com metodologias diversas, contudo, as produções estão concentradas na região sudeste.

**PALAVRAS-CHAVE:** Estado da arte; Análise de Conteúdo Categórica; Comunicação; Plataformas Digitais.

### 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A relação entre comunicação e sociedade pode ocorrer de várias maneiras, nos últimos anos e com maior desenvolvimento de tecnologias informacionais, os modos de conexão social foram se modificando. Na visão de García Canclini (2019) as plataformas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 18º SIMCOM - 18º Simpósio de Comunicação da Região Tocantina.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão (Campus, Imperatriz). Desenvolve a pesquisa "Quanto vale o *like* brasileiro? Estudo sobre como o Instagram trata os dados dos usuários, a partir da perspectiva teórica do colonialismo de dados", financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). Membro pesquisador do Observatório de Experiências Expandidas em Comunicação – ObEEC (CNPq/UFMA). E-mail: [jhonnatan.oliveira@discente.ufma.br](mailto:jhonnatan.oliveira@discente.ufma.br).

<sup>3</sup> Pós-Doutora (ECA/USP) e Doutora em Comunicação Social (PUC-RS). Docente da UFMA e dos Programas de Pós-Graduação de Comunicação (PPGCOM) e de Artes Cênicas (PPGAC) da UFMA. Desenvolve a pesquisa "A maldade e suas encarnações: vilania, teledramaturgia e monstrosidades" financiada pela FAPEMA. Coordenadora do grupo de pesquisa ObEEC (UFMA/CNPq) e do GP de Ficção Televisiva Seriada da Intercom. E-mail: [larissa.leda@ufma.br](mailto:larissa.leda@ufma.br).

<sup>4</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e graduada em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, como bolsista do ProUni, pela Faculdade Araguaia (GO); [nayaracristinasf@gmail.com](mailto:nayaracristinasf@gmail.com).



digitais reordenam lógicas como: mercado de trabalho, economia, consumo e comunicação. Ou seja, podemos compreender que elas reestruturam o sentido social. Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) argumentam que essas infraestruturas técnicas facilitam as interações sociais e comunicacionais, contudo, se organizam sistematicamente por meio de coleta de dados pessoais, que são capturados, tratados e monetizados. Em outras palavras, os dados atualmente compõem o pilar central das plataformas, majoritariamente orientadas ao lucro para a publicidade on-line.

Assim, ponderamos que a relação entre dados pessoais e suas apropriações - pelos sistemas maquímicos e capitalistas das plataformas - configura-se como um paradigma contemporâneo. Algo que certamente está imbricado nos estudos do campo da comunicação e que delinea novos espaços de investigações críticas. Portanto, aqui o objetivo é levantar e compreender o panorama de pesquisas sobre as apropriações dos dados em plataformas digitais, de forma específica nos campos de estudo da comunicação no Brasil entre os anos de 2013 e 2023<sup>5</sup>.

A coleta de dados foi realizada no site do Catálogo de Teses e Dissertações da Capes<sup>6</sup> e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações<sup>7</sup> (BDTD), a partir do aparecimento dos seguintes termos nos títulos e palavras-chaves nos resumos: “Big data”; “privacidade de dados”; “capitalismo de dados”; “colonialismo de dados”; “comunicação e dados”; “datificação” e “metadados”<sup>8</sup>. Ao finalizar o levantamento foi possível o alcance do corpus de 35 pesquisas, sendo 24 dissertações e 11 teses. As categorias delimitadas foram sete: 1) classificação de sentido de palavras-chaves no resumo; 2) distribuição geográfica dos PPGs; 3) levantamento anual das pesquisas; 4) quantitativo das pesquisas por PPGs; 5) mídias e objetos empíricos investigados; 6) classificação temática das pesquisas levantadas; 7) métodos e técnicas utilizadas;

## **2 APONTAMENTOS INTRODUTÓRIOS SOBRE DADOS E INTERNET**

---

<sup>5</sup> O presente trabalho foi construído entre os meses de julho e setembro de 2023.

<sup>6</sup> Site do catálogo de pesquisas da capes. Disponível em: <https://bit.ly/4eBVroJ>. Acesso em: 10 de set. 2023

<sup>7</sup> Site do catálogo de produções da BDTD. Disponível em: <https://bit.ly/3OaCzTm>. Acesso em: 10 de set. 2023.

<sup>8</sup> Cabe a ressalva de que a palavra “Dados” não foi incluída pela vastidão de pesquisas que surgiram em um primeiro teste empírico, no qual avistamos não ocorrer alcance qualitativo de pesquisas.



Não é novo o relacionamento humano com os dados, que de forma informal, inicialmente foram utilizados para aprendizados diários, observações e que atualmente estão ligados a análises quantitativas e manipulações algorítmicas (Abreu, 2015). É neste último contexto – de tecnologia, plataformas e algoritmos – que constitui a base dos objetivos desta pesquisa, especialmente, nas apropriações digitais dos dados.

Segundo Abreu (2015, p. 32), o mundo ainda quer “medir, registrar e analisar” conhecimentos. Entretanto, atualmente qualquer informação no digital é passível de rastreio e análise automática, tudo em tempo real. Essa diferença, portanto, cria rumos antes nunca vistos para os sentidos de organização social. Autora nos diz ainda que os dados deixaram de ser ligados a informações exatas e pontuais, ultimamente os gestores de tecnologia mapeiam padrões e possibilidades, para alcançar previsões futuras inferidas por meio dos dados.

Outro cenário sobre a centralidade dos dados está ligado com o capitalismo e as plataformas digitais. Fonseca (2020, p. 74) argumenta que a fase pré-global do capitalismo foi permeada pela busca de otimizar a gestão do capital financeiro, portanto, criando “infraestruturas para armazenamento e análise de dados”. Assim, Malini e Antoun (2013, pp. 19-18) reforçam esse olhar histórico ao dizer que a Internet “era um lugar para transferir grandes quantias monetárias e dados”. Desse modo, entendemos que a internet sofreu mudanças a respeito do seu uso, nascendo em termos de guerra, constituindo-se por gestão militar/acadêmica e no final da década de 1980 algumas empresas encontravam-se presentes no ambiente digital.

Assim, é nessa “necessidade” que acompanha o uso de dados (de datificar para mensurar e analisar) alertados por Abreu (2015), que as empresas<sup>9</sup> viram na internet uma possibilidade de exploração e manipulação dos dados. Curiosamente, grande parte dessas empresas ainda estão “comandando” as mediações algorítmicas em plataformas digitais, a exemplo o Google gerido pela Alphabet Inc e o Facebook pela Meta Platforms Inc. Esse debate, a partir da chamada *Web 2.0* (O’Reilly, 2005), ganha corpo com a entrada de usuários comuns. A *Web 2.0* possibilitou a participação cada vez maior do público, o que

---

<sup>9</sup> O exemplo mais conhecido são as Ponto-com: “AOL (1989), Amazon (1994), Yahoo (1995), Google (1998), Napster (1999) e, um pouco mais tarde, Facebook (2004) e YouTube (2005)” (Fonseca, 2020, p. 41).



modificou mais uma vez o que se entendia por internet, passou de uma espécie de “vitrine” a um espaço de interação/comunicação diversas. É razoável afirmar que a partir disso novas interações digitais foram criadas por corporações de tecnologia e os seus usuários passaram a ter cada vez mais seus dados pessoais rastreados com fins comerciais.

Atualmente, podemos entender junto a Fonseca (2020, p. 75) que a “Microsoft, Apple, Amazon, Google e o Facebook [...] praticamente detêm o monopólio” de estruturas para manufatura de dados. Isso, como ela diz, a partir de satélites, cabos, centros de dados, servidores e muitos outros mecanismos tecnológicos para comercializar os dados pessoais. Isso posto, é possível pontuar que a organização dos dados sempre foi um alvo desde as primeiras empresas utilizadoras da internet, entretanto, com fortes mudanças de objetivo. Antes de ordem financeira e atualmente de mercantilização dos dados pessoais. Assim, as plataformas on-line utilizam esses dados para crescerem, adotando arquiteturas computacionais baseadas em conexão e intercâmbio dos dados e metadados<sup>10</sup> (D’Andréa, 2020).

Nesses termos, a datificação é uma ação crucial – principalmente do ponto de vista mercadológico - em uma sociedade de plataformas como estamos vivenciando atualmente, a qual opera por meio de coletas “indiscriminadas de dados que são captados inclusive sem necessidade direta dos serviços oferecidos” (Lemos, 2021, p. 196). A exemplo, ao pesquisar sobre um conceito qualquer no buscador do Google, o site solicita imediatamente a identificação da localização do utilizador. Silveira (2021, p. 44) nos trás informações sobre como essa venda dos dados dos usuários é transformada em lucro para as plataformas através de publicidade on-line, especialmente, que o grupo Alphabet Inc. possui mais de 90% do faturamento originado a partir de “operações com dados pessoais”.

### **3 APORTES METODOLÓGICOS DA PESQUISA**

Segundo as postulações de Braga (2011, p. 7), a metodologia possui perspectivas diversas, mas pode ser entendida como ações concretas e refletidas que ocorrem durante o desenvolvimento da pesquisa – do início ao fim -, iniciando nas formulações das hipóteses até a conquista dos resultados. Para o presente levantamento, primeiro focamo-

---

<sup>10</sup> Segundo D’Andrea (2020) podemos entender como metadados, os dados que possibilitam informações detalhadas sobre outros dados, passíveis de descrições e interpretações.



nos em realizar leituras e levantamentos bibliográficos e posteriormente, pesquisamos nas fontes de divulgação científica (CAPES e BDTD) as palavras-chaves já apresentadas. Assim, seguindo os apontamentos de Ferreira (2002) para a construção de uma pesquisa de Estado da Arte. Exercício fortemente recomendado em pesquisas iniciais de mapeamento do campo, visto que na Comunicação importamos teorias, definições e passos metodológicos de variados horizontes (Braga, 2011, p. 8). Portanto, com o mapeamento dos resumos das produções feitas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, partimos para uma leitura exploratória e seletiva (Marconi e Lakatos, 2017) a qual possibilitou a classificação dos resumos vinculados à temática delimitada.

Nesse sentido, essas classificações iniciais e demais categorias de análise possibilitam o que Ferreira (2002, p. 258) aponta como uma “metodologia de caráter inventariante e descritivo da produção acadêmica e científica sobre o tema que busca investigar”, esses pressupostos do estado da arte nos conduzem ao que ela chama de “desafio de conhecer o já construído” e que nos norteia para a busca do que ainda não foi feito sobre determinado tema. Por exemplo, aqui a segmentação das palavras-chave e com o termo “dados”, bem como a ligação com o campo da comunicação, reproduz o que Sampaio e Lycarião (2021, p. 5) defendem, especialmente, que no estado da arte devemos fugir do comum e focar em investigações sobre o “fenômeno que se pretende estudar”.

Assim, o corpus deste estado da arte versa sobre o fenômeno, no qual apresenta os métodos e técnicas usadas nas pesquisas, além de demais classificações nas quais tentamos identificar e tratar no corpus levantado. Aqui nos orientamos na Análise de Conteúdo Categorical (ACC), metodologia recém desenvolvida e definida como:

técnica de pesquisa científica baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos (Sampaio e Lycarião, 2021, p. 6).

A ACC permitiu as classificações dos conteúdos textuais iniciais do levantamento dos resumos – e, em alguns casos, nas introduções dos trabalhos – contribuindo para a formulação das sete categorias de análise, a exemplo, na interpretação dos sentidos das

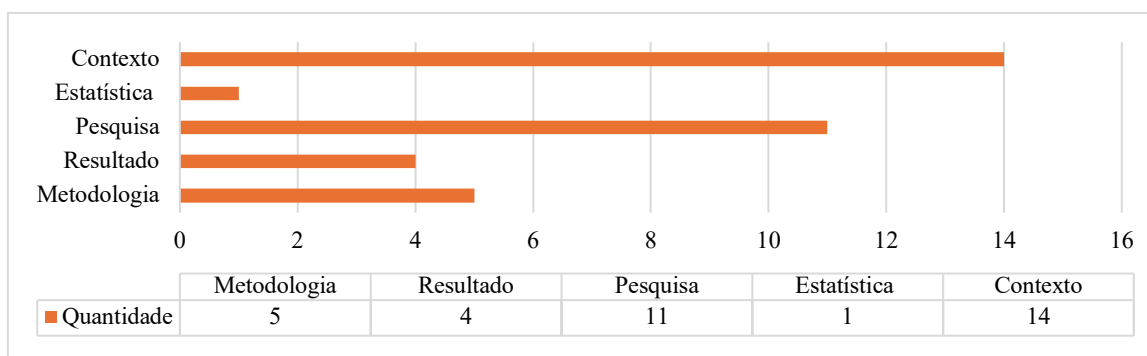


palavras-chave nos resumos. Para tanto, Sampaio e Lycarião (2021, p. 17) defendem que ela se ancora nos “princípios de replicabilidade, confiabilidade e validade”.

#### 4 BREVE REFLEXÃO SOBRE OS RESULTADOS ALCANÇADOS

A coleta dos materiais foi feita entre julho e setembro de 2023 e mapeou 35 pesquisas no Brasil que tratavam sobre dados, desse quantitativo, 11 teses e 24 dissertações. Os materiais foram classificados com base na análise de conteúdo categorial (ACC). A primeira categoria analisada é sobre os sentidos em que as palavras-chave procurados se encaixam no resumo<sup>11</sup>. Assim, no Gráfico 01, avistam-se várias possibilidades de apropriações, podemos notar que as pesquisas que tomam como base os dados, utilizam principalmente esses termos para se referir ao “contexto/cenário” no qual estão se referindo na pesquisa. Portanto, a maioria das pesquisas levantadas trabalham com pouca profundidade, algo não imaginado no início deste estudo.

**Gráfico 01:** classificação inicial do uso (sentido) das palavras-chave no resumo



Fonte: elaborado pelos autores com base no banco da CAPES e BDTD (2023)

Em segundo lugar, destacam-se “pesquisa” e “resultado”, nessas categorias classificamos os trabalhos que se apropriam dos termos para investigar e analisar esses cenários resultantes da datificação, assim como, o uso dos dados na comunicação. Sendo o quantitativo final de 15 pesquisas alcançadas. As demais classificações aparecem também apenas usando os termos como um suporte metodológico e/ou estatístico, o que não necessariamente revela relevância para o termo na pesquisa. Assim, mesmo com o

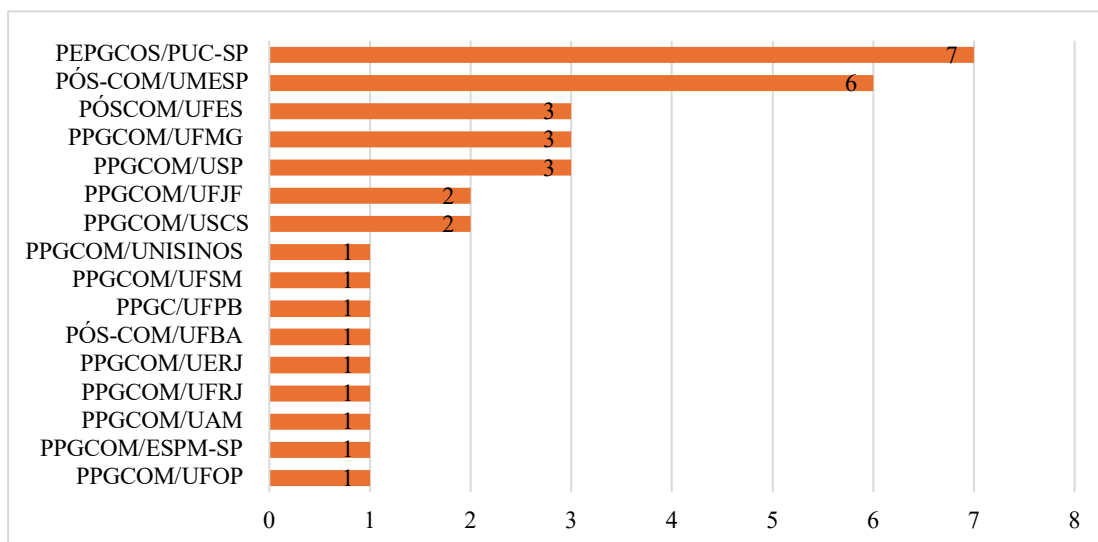
<sup>11</sup> É importante ressaltar que as palavras-chave procuradas “colonialismo de dados” não possibilitaram nenhum alcance de pesquisas no campo de estudos de PPGs da Comunicação.



número de pesquisas que nos traz maior interesse sendo apenas 15, continuaremos estudando as 35 visto o estabelecimento das regras iniciais e proporcionando maior panorama analítico, e, conseqüentemente, maiores interpretações futuras.

Adentrando no debate sobre os Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil, no Gráfico 02 fica evidente a existência de um grande quantitativo de programas com pesquisas voltadas para os dados e suas apropriações. Entretanto, de acordo com a plataforma sucupira<sup>12</sup> o número de PPGs existentes no país são 62 em Comunicação, deles somente 16 (25,8%) tratam da temática aqui investigada.

**Gráfico 02:** quantitativo de pesquisas levantadas por PPG



Fonte: elaborado pelos autores com base no banco da CAPES e BDTD (2023)

Assim, podemos notar que o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP (PEPGCOS/PUC-SP), seguido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (PÓS-COM/UMESP) lideram o ranking de pesquisas que versam sobre dados, internet e suas demais apropriações, especialmente sobre a crítica dos dados na sociedade contemporânea. Um fator interessante é que ambas são do ensino privado, enquanto em terceiro lugar e empatadas, temos os PPGs das UF's no: Espírito Santo, Minas Gerais e São Paulo, todas públicas.

<sup>12</sup> Tabela de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: <https://bit.ly/3YMyDNn>. Acesso em: 10 de set. 2023



MOSTRA CIENTÍFICA

18º SIMPÓSIO DE COMUNICAÇÃO DA REGIÃO TOCANTINA

11 a 13 de dezembro de 2024 | UFMA | Imperatriz - MA

Uma possível explicação do alcance singular do PEGCOS/PUC-SP e PÓS-COM/UMESP está na configuração das suas linhas de pesquisa, respectivamente: “Dimensões políticas na comunicação” e “Culturas, organizações e transformações sociais”.

Na Tabela 01 que trata sobre a distribuição geográfica dos PPGs notamos que a grande maioria está condensada na região sudeste do Brasil, especialmente no Estado de São Paulo. Nas demais regiões contempladas, temos o nordeste e sul (com 2), enquanto no Norte e Centro-oeste do país não foi localizado nenhum programa que trabalhe nos últimos anos sobre dados e suas apropriações tecnológicas ou sociabilidades.

**Tabela 01:** Distribuição geográfica dos PPGs com pesquisa sobre dados

REGIÃO	UF	PPGs
Sudeste (31)	MG	PPGCOM/UFJF; PPGCOM/UFOP; PPGCOM/UFMG;
	SP	PEPGCOS/PUC-SP; PÓS-COM/UMESP; PPGCOM/ESPM-SP; PPGCOM/USP; PPGCOM/UAM; PPGCOM/USCS;
	ES	PÓS-COM/UFES;
	RJ	PPGCOM/UFRJ; PPGCOM/UERJ;
Nordeste (2)	BA	PÓS-COM/UFBA;
	PB	PPGC/UFPB;
Sul (2)	RS	PPGCOM/UFSM; PPGCOM/UNISINOS;

Fonte: elaborado pelos autores com base no banco da CAPES e BDTD (2023)

Um resultado que chama a atenção é a forte apropriação de reflexão de outros PPGs, sendo de áreas de conhecimento próximas da comunicação, são eles: Ciência da Informação, Ciência e Tecnologia, Direito e Ciências Sociais Humanas. Esse aparecimento de grande volume gerou novas ideias para pesquisas, sendo possível abarcar essas áreas de estudo no futuro.

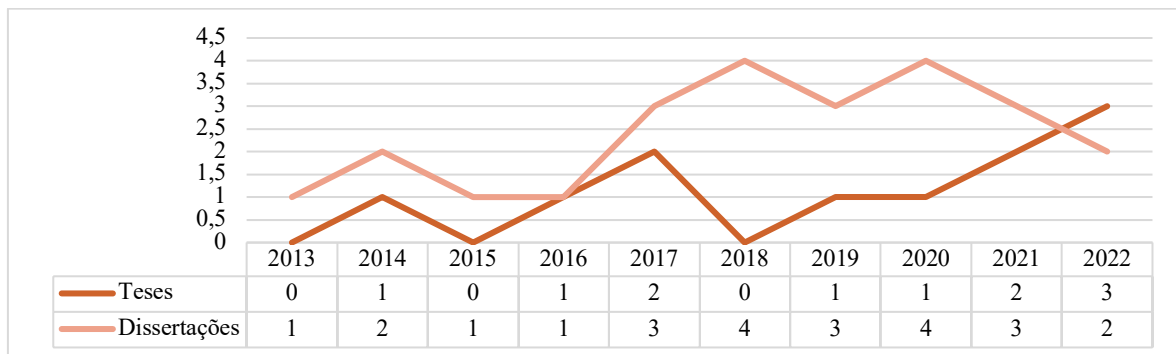
Ao olharmos para o Gráfico 03 é visto que possuímos um índice de produtividade científica não linear na Comunicação, tendo em vista que no ano de 2013, 2015 e 2018 não foi produzida nenhuma tese sobre dados ou mesmo em seus contextos de pesquisa. Em contrapartida, temos a produção das dissertações de mestrado que possuem um expressivo crescimento no ano de 2016 até 2018, inclusive, que tenta se manter em 2019





e se recupera pontualmente em 2020. Um movimento complexo mapeado é a inversão quantitativa de produção de pesquisas (teses e dissertações) nos anos de 2021 e 2022<sup>13</sup>.

**Gráfico 03:** levantamento por ano de teses e dissertações (2013 até 2023)



Fonte: elaborado pelos autores com base no banco da CAPES e BDTD (2023)

O número alcançado nos mostra movimentações de produção científica sobre dados, contudo, ainda pouco expressivo no doutoramento. Reconhecendo que a produção no doutorado cabe uma densidade teórica maior e pode jogar luz para tendências pouco exploradas no campo, urge uma necessidade de crescimento não só quantitativo, mas, também, a qualidade desses debates a serem empreendidos nas IES. Em contraponto, Braga (2011) levanta a bandeira dos PPGs - em especial para os mestrados – sobre a relevância de produções, que em sua maioria possuem o viés empírico, possibilitando observações da sociedade e questionamentos sobre uma situação ou objeto. É desse contexto que trataremos na Figura 01, sobre as mídias e objetos estudados nas produções mapeadas.

**Figura 01:** mídias e objetos empíricos investigados nas produções

<sup>13</sup> Até a presente escrita do artigo (setembro de 2023), não foram mapeadas produções, por esse motivo não aparece nenhum quantitativo no gráfico 03 de 2023.





MOSTRA CIENTÍFICA  
18º SIMPÓSIO DE COMUNICAÇÃO DA REGIÃO TOCANTINA  
11 a 13 de dezembro de 2024 | UFMA | Imperatriz - MA



Fonte: elaborado pelos autores com base no banco da CAPES e BDTD (2023)

A partir das leituras e classificações dos materiais analisados foi possível ordenar as pesquisas em 11 categorias temáticas diferentes, o que nos informa a complexidade em que os dados e apropriações podem ser estudados na comunicação. Assim, ressaltamos que o quantitativo exposto acima vai além do número de materiais dispostos pois reflete algumas pesquisas com mais de um olhar temático.

Portanto, vimos que o Gráfico 04 exprime como principal resultado o levantamento das temáticas mais estudadas nos últimos anos. Na base da pirâmide e em primeiro lugar temos a perspectiva da “Comunicação e Política”, que traz sete pesquisas sobre as dinâmicas sociais nas plataformas digitais, em particular, os discursos eleitorais, fluxo de comunicação e práticas políticas. Em segundo lugar, temos seis pesquisas que tratam sobre as “tecnologias informacionais no jornalismo”, nesse eixo, as principais pesquisas destacam o discurso midiático, rotinas técnicas do jornalismo e os usos do jornalismo em plataformas digitais.

Para ilustrar as temáticas e possibilitar maior visibilidade às pesquisas mapeadas, apresentaremos duas pesquisas. A primeira é do campo da política de 2017, a tese intitulada “Internet, big data e discurso de ódio: reflexões sobre as dinâmicas de interação no Twitter e os novos ambientes de debate político<sup>14</sup>” defendida pelo Dr. Juliano Cappi (PEPGCOS/PUC-SP). Nela, ele objetiva o entendimento sobre as relações dinâmicas que se consolidaram nas plataformas digitais e o discurso de ódio. Assim, outra pesquisa em

<sup>14</sup> Resumo e tese completa. Disponível em: <https://bit.ly/3CryHKW>. Acesso em: 10 set 2023



destaque é a dissertação “Jornalismo *live streaming*: um estudo das apropriações jornalísticas<sup>15</sup>”, realizada pelo Doutorando Alexandre Silva (PÓSCOM-UFBA) em 2019, que investiga a transmissão de *lives* dos conteúdos audiovisuais jornalísticos nas de redes sociais digitais, em específico, no Facebook.

Por fim, ainda sobre as produções do Gráfico 04, é importante ressaltar que as três primeiras colocações tratam sobre os ambientes digitais e os dados em vários formatos, contudo, ainda sim, refletindo criticamente sobre as apropriações deles em ambientes “plataformizados”. Sob um campo de visão temporal, podemos trazer mais uma possibilidade de análise futura, haja visto que as classificações ganham mais atenção de acordo com os anos, a exemplo, a “comunicação política” que tem mais defesas no ano de 2017, as “tecnologias informacionais no jornalismo” que ao longo dos anos vai “perdendo” sua evidência, enquanto as “sociabilidades no digital” e “Governança de dados” nos últimos cinco anos passa a ter mais produções no campo.

Sobre os métodos e técnicas utilizadas nas pesquisas, na Tabela 02 podemos ver, na prática, o que Braga (2011) defende ao dizer que diferentes pesquisas demandam diferentes apropriações metodológicas, indo de acordo com os questionamentos/objetos estudados. Desse modo, foram levantados 23 métodos e técnicas de pesquisa. Desse quantitativo, a maior parte dos estudos baseiam-se em discussão teórica (DT), contudo, conforme proposto por Braga (2011), às teses têm maior apelo a DT e as dissertações têm como construção metodológica a discussão teórica aliada a um objeto empírico, além disso, algumas vezes é acionado mais uma metodologia como estudos de caso (EC), análise de conteúdo (AC) ou análise do discurso (AD).

**Tabela 02:** Métodos e técnicas utilizadas nas teses e dissertações

TÉCNICAS DE PESQUISA	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
Discussão Teórica (DT)	18	32.0
Análise de Conteúdo (AC)	4	0.7
Estudos de Caso (EC)	4	0.7
Análise do Discurso (AD)	3	0.5
Discussão Teórica-Metodológica	3	0.5
Observação sistemática	3	0.5
Entrevistas	3	0.5
Estudos de Ciência e Tecnologia (STS)	2	0.4

<sup>15</sup> Resumo e dissertação completa. Disponível em: <https://bit.ly/3Z5J2VA>. Acesso em: 10 set 2023.



Estudos de plataforma	2	0.4
Historiografia	1	0.2
Análise de redes sociais (ARS)	1	0.2
Cartografia	1	0.2
Análise funcional sistêmica do discurso multimodal	1	0.2
Análise Pragmática da Narrativa Jornalística	1	0.2
Análise crítica da comunicação	1	0.2
<i>Design Thinking</i>	1	0.2
Questionários	1	0.2
Estudo do ethos discursivo	1	0.2
Estudos críticos de algoritmos	1	0.2
Análise documental	1	0.2
Estudo dos métodos digitais	1	0.2
<i>Grounded Theory</i>	1	0.2
<i>Cultural Analytics</i>	1	0.2

Fonte: elaborado pelos autores com base no banco da CAPES e BDTD (2023)

Assim, podemos observar que as pesquisas sobre dados e ambientes digitais - bem como suas apropriações pelo campo da comunicação - possuem metodologias diversas. As principais ativadas são a AC, AD e os estudos de caso, que aqui tratam sobre fenômenos que acontecem em determinado período, como movimentos de políticos, campanhas de publicidade e perfis on-line nas plataformas.

Nota-se mais um movimento metodológico que vem aparecendo nos últimos anos, principalmente nos espaços de produções da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Como analisado, são defendidas pelo Professor Dr. Carlos D'Andréa e tidas como emergentes nos campos das materialidades e ambientes digitais, os "Estudos de plataforma", que entendem que os artefatos tecnológicos e práticas sociais se co-produzem, ao passo que levam nossos olhares para os modos assimétricos de poder entre usuários e plataformas (D'Andréa, 2020).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo do trabalho foi entender o panorama das pesquisas científicas no Brasil que tratam sobre dados e suas apropriações em plataformas, isso, no campo Comunicação. Dessa maneira, foram mapeadas 35 pesquisas de 2013 até 2023, sendo 11 teses e 24 dissertações.

Nos resultados iniciais percebeu-se que as pesquisas levantadas, em sua maioria, não tratam diretamente sobre os dados e apropriações mercantis deles pelas plataformas,



mas sim, estudam o contexto das sociabilidades datificadas nos ambientes digitais. Outro fato importante é a distribuição geográfica desse conteúdo científico. A produção das pesquisas ocorre principalmente na região sudeste do país, particularmente em instituições de ensino privadas da cidade de São Paulo. Vale ressaltar que não foram avistadas produções nas regiões norte e centro-oeste do Brasil e publicadas em 2023.

Ao olharmos para as produções e os índices quantitativos delas, avistamos que não possuem uma linearidade. Desse modo, os estudos se mostraram dinâmicos, contudo, necessitando de mais atenção, pois em 2015 e 2018 não foi mapeada nenhuma produção de teses de doutorado sobre dados. Ao passo que, houve um crescimento de pesquisas no espaço do mestrado. Nos últimos anos encontramos uma inversão dessa quantidade, o mestrado tendeu a “diminuir o ritmo” e o doutorado cresceu os estudos sobre os dados.

As principais mídias/objetos de comunicação mapeadas são relacionadas diretamente com os espaços digitais, na forma de plataformas como: Instagram, Facebook e Twitter/X. Nesse contexto, vimos que tem grande volume de estudos sobre “tecnologias informacionais no jornalismo” e “Comunicação e Política”, entretanto, o primeiro somente nos anos iniciais de análise. Quando recortamos os últimos cinco anos, as produções que trabalham as perspectivas mais centrais sobre o uso e apropriações dos dados compõe as temáticas de “governança de dados” e “sociabilidades digitais”.

Sobre as abordagens metodológicas, foi possível o mapeamento de 23 métodos e técnicas de pesquisas dos 35 estudos. A grande maioria possui como escopo a discussão teórica aliada a um objeto empírico, bem como o tratamento de dados das produções por meio de análise de conteúdo (AC) e/ou análise do discurso (AD). Por fim, nos últimos anos, surgiram novas metodologias, entendidas como “estudos de plataforma”.

Em resumo, a presente pesquisa nasceu com o objetivo de levantar e compreender a produção de pesquisas da Comunicação sobre os dados, entretanto, de forma mais específica, sobre a mercantilização de dados pessoais pelas plataformas, isso, através das sociabilidades no digital. Algo que foi pouco vislumbrado pelo campo nos últimos anos, a exemplo, o termo “Colonialismo de dados” (que compreende fortemente essa visão crítica de mercantilização da vida on-line) mesmo sendo cunhado e debatido desde 2018



por teóricos como Nick Couldry e Ulises Mejias, não foi levantado em nenhuma investigação nos últimos dez anos a esse respeito.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Giovanna. **A soberania dos dados versus a autonomia do usuário: Big Data, Internet das Coisas e as estratégias afirmativas do anonimato**. 2015. 121 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós- Graduação em Comunicação. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015

BRAGA, José Luiz. **A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões**. E-Compós, Brasília, v. 14, n. 1, p. 1-33, jan. 2011.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador, EDUFBA, 2020.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. As pesquisas denominadas “estado da arte”. **Educação & Sociedade**, S.L., v, n. 79, p. 257-272, ago. 2002.

FONSECA, Rosa Alexandra. **A vida mobile no capitalismo de dados: narrativas de negócios digitais e a constituição do consumidor conectado**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. 2. ed. Guadalajara: Unsam, 2019.

LEMONS, André. Dataficação da vida. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, [S.L.], v. 21, n. 2, p. 193-202, 24 ago. 2021. EDIPUCRS. Disponível em: <https://bit.ly/4fy6rF5>. Acesso em: 02 jun 2023

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

O'REILLY, Tim. **O que é Web 2.0 Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. 2005. Disponível em: <https://bit.ly/4fqvLgl>. Acesso em: 10 ago. 2023.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. **Fronteiras**, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/4elbjwO>. Acesso em: 14 jun. 2023

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação**. Brasília: Enap, 2021. (Coleção Metodologias de Pesquisa).

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; A hipótese do colonialismo de dados e o neoliberalismo. In: \_\_\_\_; SOUZA, Joyce; CASSINO, João Francisco (org.). **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021. p. 33 - 52.