

# Jornalismo periférico e plataformização

## Discurso de adesão, questionamentos e luta por sobrevivência

**TÂNIA CALIARI**

*Centro de Pesquisa Comunicação  
e Trabalho (CPCT/USP)  
e Programa de Pós-Graduação em Humanidades,  
Direitos e Outras Legitimidades (PPGHDL/USP)  
Universidade de São Paulo (Brasil)*  
E-mail: taniacaliari@usp.br  
ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-2425-9327>

**CLÁUDIA NONATO**

*Pesquisadora no Centro de Pesquisa Comunicação e  
Trabalho (CPCT)  
e Professora do Celacc  
Universidade de São Paulo (Brasil)*  
E-mail: claudia.nonato@uol.com.br  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5447-9761>

**FERNANDO FELÍCIO PACHI FILHO**

*Professor Faculdade Salvador Arena  
e Pesquisador no Centro de Pesquisa Comunicação e  
Trabalho (CPCT) – Universidade de São Paulo (Brasil)*  
E-mail: ffpachi@yahoo.com.br  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1667-4937>



ivemos um momento de expansão das plataformas sociodigitais sobre a internet, estruturadas como empresas a partir da lógica neoliberal, e de mudanças aceleradas nas formas de produção, distribuição e consumo da produção cultural, incluindo o jornalismo (Helmond, 2015; Morozov, 2018; Nieborg & Poell, 2018). Nesse contexto, os arranjos de jornalismo digital, principalmente aqueles desvinculados dos grandes conglomerados de mídia, lutam pela sobrevivência em um mercado fragmentado, pressionados pelos constantes desafios de adaptação às tecnologias, protocolos e modelos de negócios impostos pelas plataformas.

Com base no histórico de relações entre as plataformas e a imprensa (Bell & Owen et al., 2017; Wang, 2020), e no desenvolvimento dos novos arranjos jornalísticos alternativos às corporações de mídia (Figaro, 2018), este artigo procura identificar as condições de produção do discurso proferido por um jornalista do portal de notícias das periferias de São Paulo<sup>1</sup> *Desenrola não me enrola*, durante sua palestra no *Festival 3i* em 2022. O *Festival 3i* é promovido pela Associação de Jornalismo Digital (Ajour), entidade que reúne parte dos novos arranjos jornalísticos<sup>2</sup>, para “discutir inovação, empreendedorismo, sustentabilidade e a potência do jornalismo digital brasileiro e latino-americano” (“Sobre a Ajour”, n. d.). O evento é financiado pelas plataformas Google e

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Tania Caliari, Claudia Nonato, Fernando Felício Pachi Filho, « Jornalismo periférico e plataformização: discurso de adesão, questionamentos e luta por sobrevivência », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol Vol 13, n°1 - 2024, 15 juin - june 15 - 15 de junho - 15 de junio.  
URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v13.n1.2024.555>



Meta, e em 2022 teve uma edição 100% virtual devido à pandemia de Covid-19. Durante sua palestra, o jornalista apresentou o *Território da Notícia* (TN), projeto de distribuição de notícias desenvolvido com financiamento do Google.

São crescentes os estudos sobre a influência das plataformas digitais na indústria jornalística, mas ainda poucos os artigos específicos a respeito dos programas de treinamento, ferramentas e financiamento das big techs voltados para o jornalismo. Um dos mais recentes é o de Charis Papaevangelou (2023) que identificou, em 120 países, um total de 6.773 veículos de imprensa beneficiados por 126 programas do Google e do Facebook. O Brasil aparece como o segundo país em número de beneficiados pelas duas plataformas (448), atrás apenas dos EUA (2205). O levantamento identificou ainda 86 organizações que Papaevangelou (2023) considera como intermediárias, contempladas pelos programas das plataformas, sendo 28 associações de jornalistas, 16 instituições de ensino, 15 organizações de mídia, oito instituições filantrópicas e 19 organizações sem fins lucrativos. Para Papaevangelou (2023), os veículos jornalísticos “ao receberem doações de plataformas, estão se abrindo a uma maior dependência, correndo o risco de serem capturados pelos interesses, caprichos e governança das plataformas” (p. 15). O autor entende “captura” como uma situação em que as plataformas surgem como única solução para a imprensa sobreviver e lidar com as crises recorrentes. “Além disso, distribuir subsídios para as organizações de notícias também pode ser visto como uma forma de as plataformas se defenderem ou influenciarem na regulamentação” (Papaevangelou, 2023, p. 15).

Assim, o presente artigo pretende analisar, a partir de enunciados destacados da palestra no *Festival 3i*, a abordagem que o jornalista faz sobre o vínculo e a influência das plataformas digitais em seu trabalho, procurando identificar sinais de adesão e de resistência ao seu modelo de negócio. Para tanto, será utilizado como método a Análise do Discurso de linha francesa (AD), desenvolvida pelo filósofo Michel Pêcheux a partir dos anos 1960, com grande acolhida e desenvolvimento no Brasil.

---

### O JORNALISTA E SEUS PROJETOS

---

Tendo como um dos seus pilares o materialismo histórico marxista, a Análise de Discurso de linha francesa permite ao pesquisador partir da “realidade concreta dos falantes (...) para relacioná-la dialeticamente à totalidade do social-histórico mais amplo” (Rodrigues & Melo, 2020). Assim, devemos entender quem é o falante, o contexto no qual está inserido, e o contexto de sua fala, sem perder de vista que, como veremos adiante, o sujeito do discurso não é a origem de si, sendo per-

meado pela história e pela ideologia. Segundo Orlandi (2009), o sujeito não é nem mesmo a origem do que diz, já que seu enunciado é transpassado por discursos e sentidos pré-existentes.

Ainda que o sujeito do discurso não deva ser individualizado, é importante apresentar o jornalista em questão, sua trajetória e atuação, como forma de vislumbrar outros discursos imbricados na sua fala que formam o interdiscurso baseado em memórias de outros dizeres, e os discursos pré-construídos, que assumimos como pressupostos. Tomamos as informações sobre ele a partir de um texto em primeira pessoa editado em livro<sup>3</sup> sobre sua experiência, além de uma entrevista feita por uma das autoras em 2017<sup>4</sup>.

O jornalista, um homem negro com 30 anos à época da palestra, cresceu no Jardim Ângela, periferia<sup>5</sup> da Zona Sul de São Paulo, e começou a se interessar pelo jornalismo aos doze anos, ao ajudar seu pai no trabalho em uma banca de jornal. Trabalhador da indústria quando adolescente, iniciou o curso de jornalismo em 2011 numa faculdade particular, enfrentando, ainda que beneficiado por um programa de bolsas de estudos do governo federal, “os desafios propostos pela vida de universitário preto, pobre e periférico”<sup>6</sup> (Matos, 2018, p. 15). De ouvinte de rap, gênero musical que o ajudava a “interpretar melhor os assuntos abordados e os debates que surgiam durante as aulas de sociologia, teorias da comunicação e jornalismo brasileiro” (Matos, 2018, p. 15), o então estudante passou a frequentar os saraus literários e movimentos artísticos das periferias, espaços de intensas articulações políticas e culturais que ganharam força em vários territórios periféricos da cidade de São Paulo a partir dos anos 1990 (D’Andrea, 2020b). Ainda estudante, trabalhou como estagiário de comunicação na Câmara de Comércio Brasil-EUA e numa agência de comunicação voltada para o mundo corporativo. Em entrevista destacou o quanto progrediu profissionalmente com essas experiências, mas também o quanto o jornalismo corporativo o distanciava da realidade das periferias. Em 2013, inicia a fazer jornalismo a partir de seu território, criando, juntamente com uma colega de faculdade, o blog *Desenrola e não me enrola* para registrar ali a transformação social que surgia da atuação dos coletivos culturais das periferias (D’Andrea, 2020; Matos, 2018).

Empenhado em produzir um jornalismo que retrate “a complexidade de morar, trabalhar e viver nos territórios periféricos” (“Linha Editorial”, n. d.), o jornalista conhece os gargalos de distribuição do conteúdo que produzem e propôs, articulado com outros arranjos de jornalismo periférico<sup>7</sup>, o desenvolvimento do *Território da Notícia* (TN), projeto que foi premiado na primeira edição do *Desafio da Inovação*, programa do *Google News Initiative*, em 2019. O TN é uma plataforma de distribuição de conteúdo por meio de telas de sinaliza-

ção digital instaladas como tótems em estabelecimentos comerciais com grande fluxo de pessoas nas periferias paulistanas (Território da Notícia [TN], n. d.). É uma plataforma offline, cujo conteúdo pode ser lido diretamente na tela sem depender da internet, mas que pode colocar o leitor online a partir da leitura por celular de um QR code disposto na tela, levando-o ao site dos produtores da notícia. Neste projeto, o jornalista ficou encarregado com a parte comercial, e foi a partir dessas experiências e desse lugar discursivo que apresentou sua palestra no *Festival 3i*.

---

### CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO DISCURSO

---

Como não é possível atribuir exclusivamente ao sujeito a produção de suas falas, é importante considerar o conceito de “*condição de produção*” do discurso que, para Pêcheux (1997), seria “o conjunto de mecanismos formais que produzem um discurso de tipo dado em ‘circunstâncias’ dadas” (p. 74). Assim, as condições de produção incluem o sujeito, o contexto imediato, o contexto sócio-histórico ideológico, e o interdiscurso que atravessam o discurso, como sugerem Schermack e Freitas (2012).

Para a nossa análise, tendo já apresentado o sujeito enunciativo, podemos dizer que o contexto imediato que determina as condições de produção de sua fala é o *Festival 3i*, iniciativa da Ajor financiada pelas plataformas Google e Meta, para um público de jornalistas digitais de arranjos alternativos às corporações de mídia. Como contexto sócio-histórico, temos a consolidação do chamado capitalismo de plataforma no século XXI, baseado na extração de dados e que aprofunda e radicaliza as políticas neoliberais (Morozov, 2018; Srnicek, 2018), e da crescente influência das plataformas sobre a produção e circulação do jornalismo, tanto de veículos de grandes corporações, quanto de veículos independentes. (Silva et al., 2020; Simon, 2022).

É neste contexto dominado pelas plataformas que o público do *Festival 3i* luta para sobreviver e triunfar, e a participação do jornalista periférico, apresentando um projeto bem-sucedido e premiado pelo Google, serve como um testemunho dessa possibilidade, reforçando o discurso sustentado pelas plataformas digitais. Sua origem periférica e negra acrescenta capitais simbólicos de diversidade e de superação ao evento, elementos valorizados nos discursos empresariais<sup>8</sup>, explorados na mídia, e também pelas plataformas.<sup>9</sup>

No interdiscurso que atravessa este contexto, o que já foi dito e reverbera nos enunciados, desponta o discurso do empreendedorismo, também constante na mídia e nos meios empresariais, acadêmicos e governamentais. Empreender é uma atitude esperada pelo neoliberalismo que, no século XXI, segundo Dardot e Laval (2016),

passa de doutrina econômica a um “sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida” (p. 7). Com as plataformas determinando as dinâmicas dos novos empreendimentos, a noção de empreendedorismo se desloca, como propõem Abilio (2019), para a de “autogerenciamento subordinado” (p. 1), no qual o empreendedor de si pode definir seu tempo e local de trabalho, mas também assume sozinho os riscos e os custos de sua produção.

Estão presentes também na palestra o interdiscurso carregado de argumentos de valorização da vida na periferia que surgem de “um processo social de combate aos estigmas, preconceitos e vergonhas com relação ao local de moradia” (D’Andrea, 2020b, p. 31). “*Periferia e favela* [ênfase adicionada] passaram do estigma ao orgulho, da fragilidade à potência” (D’Andrea, 2020b, p. 31). Tal discurso se destaca também nos manifestos dos próprios arranjos de jornalismo periférico, como no manifesto do *Desenrola e não me enrola*:

As periferias são plataforma de conhecimento que há mais de 500 anos são afetadas pelas desigualdades sociais. Nosso alicerce são os saberes tradicionais das periferias, o conhecimento popular. Churrasco na laje, pagode na rua, futebol de várzea, poesia no bar. (“manifesto”, n. d.)

E no manifesto do *Periferia em Movimento*:

Periferia em Movimento é resistência. Negrindígena, nordestelatina. [Sic] (...) Potência X carência. Empoderamento X Apropriação. Identidade X Pausterização. Sonhar de olhos abertos, sem tirar os pés do chão. Periferia em Movimento é periferias, no plural. (...) Vozes que ecoam contra a narrativa homogênea do centro. (“Nosso Manifesto”, n. d.)

---

### PRÁTICAS DE ATIVIDADE LINGUAGEIRA, COMUNICAÇÃO E TRABALHO

---

Para realizar uma Análise Discursiva, segundo Orlandi (2009), o pesquisador tem a responsabilidade de criar seu dispositivo analítico – optando por usar esse ou aquele conceito e procedimento –, definindo-o a partir de uma questão inicial, da natureza do material e da finalidade da análise. Tal dispositivo é constituído também por teorias dos distintos campos disciplinares, o da Comunicação Social, no nosso caso. Aqui, nossa abordagem teórica é baseada no binômio comunicação e trabalho, duas atividades interligadas e constitutivas do ser humano, que nos permite entender a comunicação para além da mera transmissão de informação, sendo fundamental, como o trabalho, na invenção do indivíduo, da

subjetividade, e da sociedade (Figaro, 2008). Abordando o trabalho dos comunicadores dos arranjos jornalísticos alternativos, entendemos, com base nos estudos da Ergologia (Faïta, 2002), que a realidade macrossocial pode ser apreendida no micro dos processos de comunicação no trabalho cotidiano, que podem revelar como são instituídas, impostas ou negociadas regras e condições de dominação no trabalho, mas também a participação criativa do trabalhador, sua adesão e resistência neste processo. Usamos também a noção de práticas linguageiras (Nouroudine, 2002) como termo genérico que abrange três aspectos da linguagem no âmbito da experiência do trabalho: a linguagem *como* trabalho, a linguagem *no* trabalho e a linguagem *sobre* o trabalho.

A palestra do jornalista periférico aqui é avaliada como uma prática linguageira que reúne dois destes aspectos: o uso da linguagem *como* trabalho e *sobre* o trabalho. Como trabalho, porque o jornalista está ali trabalhando como diretor comercial ao falar do *Território da Notícia*. Sua comunicação é também atividade linguageira *sobre* o trabalho, pois elabora na palestra sua experiência, apresentando uma série de saberes sobre o trabalho que realiza. O saber-fazer do trabalhador, construído em sua lida diária e pela comunicação, é justamente o que é apropriado pela gestão empresarial do trabalho que, dos moldes fordista, tailorista e toyotista do século XX, passa a ser conduzida pela gestão algorítmica das plataformas digitais (Filgueiras & Antunes, 2020).

Tendo consciência de que as condições ideais para a apreensão das complexas dimensões das práticas linguageiras seria a escuta direta do trabalhador em sua jornada e em seu ambiente de trabalho, tomamos aqui como desafio entender os sentidos que o jornalista atribui a suas relações com as plataformas a partir de uma palestra, gênero textual oral voltado à ação social de um sujeito sobre outros, cujo propósito é persuadir, convencer, emocionar e encorajar uma audiência (Silva, 2018).

---

### QUESTÃO INICIAL E CORPUS DE ANÁLISE

---

Nossa questão inicial, elemento desencadeador da construção do dispositivo analítico (Orlandi, 2009), é: haveria entre os jornalistas agraciados pelos programas do Google uma visão crítica e posicionamento de resistência ante o poder das plataformas?

Aventamos a possibilidade de resistência baseados na ideia de que, segundo a socio linguista Josiane Boutet (1995, citado em Nouroudine, 2002), o trabalho vivo, mesmo sob as práticas linguageiras dominantes dos gestores do trabalho (o fordismo, o toyotismo e agora as plataformas), é atividade passível de brechas para a subjetividade e a resistência dos trabalhadores. Há também nos estudos sobre trabalho subordinado por platafor-

mas a identificação de fissuras e brechas nos comandos determinados por algoritmos que permitem os trabalhadores adotarem ações de manipulação, subversão ou ruptura sobre as regras das plataformas (Ferrari & Graham, 2021).

Além do mais, consideramos os arranjos jornalísticos alternativos em sua potência criativa, como sugere Figaro (2018), sendo seus profissionais “movidos pela necessidade, pelo sonho de fazer um bom trabalho jornalístico” (p. 126). Ainda que independentes das grandes corporações de mídia, esses arranjos, assim como os grandes veículos, encontram-se dependentes das plataformas sociodigitais para sua circulação e monetização, com seus jornalistas produzindo em meio ao que Figaro (2018) chama de “campo ideológico de batalha” (p. 127). Tal campo comporta disputas que colocam os jornalistas entre as demandas do ideário neoliberal do empreendedorismo, em busca de performarem de acordo com as demandas das redes, e os ideais do campo progressista e contra hegemônico perseguidos por muitos dos arranjos. Há espaço para tal disputa, considerando que “a ‘plataformização do social’ complexifica, mas não cristaliza as relações de forças entre os atores em ação” (D’Andrea, 2020a, p. 22).

Segundo Grigoletto (2002), em um processo de Análise do Discurso, é trabalho do analista constituir o corpus de análise que acaba por definir o objeto a ser analisado. Assim, nosso objeto são os enunciados selecionados da palestra de apresentação do TN no *Festival 3i*. A palestra do jornalista foi acessada no canal do Youtube do festival, e a partir de sua visualização, transcrição e leitura foi constituído um banco de dados, nosso *corpus*, com 53 trechos extraídos da palestra. De tal *corpus* fizemos um recorte selecionando e organizando os enunciados em dois grupos: um que evidencia a adesão à dinâmica das plataformas, por meio da naturalização e aceitação de mecanismos de poder sobre o jornalismo digital; e outro, cujos enunciados reúnem uma série de críticas e questionamentos às plataformas que podem indicar um posicionamento de resistência ao modelo.

---

### NOÇÃO DE RESISTÊNCIA NA AD

---

Em função de nossa pergunta de análise acerca da possibilidade de resistência às plataformas por agraciados de projetos do Google, cabe esclarecimentos sobre a noção de resistência no contexto da AD. Para isso, devemos olhar para a relação entre o sujeito e a formação discursiva (FD), que é, segundo Haroche et al. (2010 [1971]), “o que pode e deve ser dito [...] a partir de uma posição dada numa conjuntura dada” (p. 27) e na qual se articulam “as relações entre materialidade linguística, materialidade histórica e discurso” (Nardi & Nascimento, 2016, p. 84). É também nas FD que se manifestam as

Formações Ideológicas, a forma como as posições sociais de classe se organizam no discurso. A FD é regida por um Sujeito (com S maiúsculo) que sustenta a manifestação da ideologia dominante, o que “pode ser dito”, e que não se confunde com o sujeito-indivíduo que, ao expressar um enunciado, se vê interpelado por essa própria ideologia e deve se posicionar, se identificando ou não, ou mesmo rompendo com ela, com o Sujeito e seu discurso dominante.

Tal tomada de posição se materializa na linguagem e só é possível pois a FD abriga, além da ideologia, a contradição, categoria marxista-leninista inerente à luta de classes, sendo sua principal dimensão. A contradição carrega o imperativo da resistência e, a partir da interpelação ideológica do sujeito e seu posicionamento, abre a possibilidade de transformação do discurso, da realidade objetiva e do próprio sujeito. Tal interpelação ideológica é um ritual no qual o próprio discurso se materializa, e como, segundo Pêcheux (2009, citado em Nardi & Nascimento, 2016), não existe ritual sem falhas, é pelas fissuras do discurso que surgem a contradição e a resistência aos ditames e ideologias dominantes da FD. Devemos considerar também a colocação de Nardi e Nascimento (2016) de que nem sempre a resistência é um movimento que leva à ruptura. Segundo os autores, a resistência “só pode levar à transformação ‘quando ela cria um nó’ que trava o ritual de interpelação e esse ‘algo que trava’ é o responsável por levar a reprodução do discurso dominante à revolta-revolução-transformação” (Nardi & Nascimento, 2016, p. 99).

Dito isso, qual seria o posicionamento do sujeito jornalista quando interpelado pelo Sujeito da FD que enreda a sua palestra, considerando os contextos macro e o micro do *Festival 3i*, além do interdiscurso e pré-discursos ali presentes? Seria de identificação, resistência, ou de ruptura com a ideologia neoliberal que marca os negócios de plataforma? Talvez seja possível identificar mais de um posicionamento do sujeito diante da FD, evidenciando as contradições e os limites do que se pode e não se pode dizer.

---

#### TRITURAÇÃO, DESCRIÇÃO E INTERPRETAÇÃO – A ANÁLISE DO DISCURSO

---

Ao tomar os enunciados da palestra pelo procedimento de “leitura-trituração” indicado por Pêcheux (1990) [1983], citado em Fernandes & Vinhas, 2017, p. 143), propusemos recortes e montamos a Tabela 1 e 2 que reúnem sequências discursivas (SD) que originalmente estão dispersas ao longo dos cerca de 22 minutos de fala<sup>10</sup>. Passamos então à nossa análise embalada, também como recomenda Pêcheux, na alternância entre descrição do material discursivo e sua interpretação.

As SDs reunidas na Tabela 1 apresentam o TN como solução para a distribuição e monetização de conteúdo do jornalismo periférico, desenvolvida por pessoas pretas e periféricas, que pode ser integrada ao negócio das big techs (1, 2, 4). Os enunciados apontam que a produção jornalística está submetida à economia da atenção, para a qual o mercado exige um jornalista especializado, que entenda a necessidade de buscar retorno dos investimentos em produção e distribuição (3, 5, 6, 7, 8, 9, 10).

Identificamos em tais enunciados uma naturalização do modelo das plataformas digitais materializada no discurso pela enumeração sem questionamentos dos processos necessários para a adaptação da produção jornalística à nova dinâmica. Vocabulários como solução, monetização, medição de audiência, precificação, retorno de investimentos são oriundos das plataformas e demonstram esse aspecto do discurso. Há também a descrição das mudanças exigidas no trabalho jornalístico (5 e 7) – que nos anos 2010 se adaptava às redes sociais, mas que agora tem de atender às demandas da economia da atenção –, demonstrando que o jornalista periférico estuda, se capacita, e está preparado, extremamente flexível, para esse *front* constantemente novo.

A economia da atenção é evocada nove vezes durante a palestra. O conceito não é novo, mas ressurge com força com o avanço da produção e do consumo de bens culturais dependentes das plataformas (Nieborg & Poell, 2018). Cunhado nos anos 1970 pelo economista Herbert Alexander Simon, o termo coloca a atenção como algo que pode ser medido, capitalizado e tratado como uma mercadoria (Ramírez, 2021). A atenção é um bem limitado (o dia só tem 24 horas) e se torna uma *commodity* escassa com o excesso de conteúdo oferecido dentro e fora das redes. Na internet, a informação não é “apenas abundante, mas transbordante [tradução nossa]” (Goldhaber, 1997, p. 2, citado em Ramírez, 2021, p. 12).

Nos celulares das periferias, segundo nos informa o enunciado 5, são os aplicativos e as linguagens das plataformas – os Reels, Stories e os Tik Tok da vida – que disputam a atenção. O termo *da vida* materializa o sentido de poder totalizante das plataformas. A naturalização e a adesão a essa dinâmica são posicionamentos que o sujeito assume interpelado pelo interdiscursos que apresenta a inevitabilidade das novas tecnologias. Plataformas como o Google e o Facebook (Meta) são fontes desses discursos da convergência inevitável do jornalismo com as big techs que, ao disponibilizarem treinamentos, ferramentas e financiamentos oferecem também palavras e ideologias. “Criamos programas para atender às necessidades de jornalistas e organizações de notícias para que tenham sucesso online”, diz o site do Google New Initiative (“Todos os recursos”, n. d.). Já o programa do Facebook, “ajuda o setor de notícias

a enfrentar os principais desafios de negócio” (“Conheça o Meta...”, n. d.). Tais discursos sustentam ideias de “colaboração” e “parceria”, que apagam e escamoteiam a natureza desproporcional da relação de poder entre plataformas e veículos jornalísticos (Silva & Corrêa, 2022).

Como vimos, há também no interdiscurso que baliza a adesão do sujeito à lógica das plataformas o discurso do empreendedorismo. Embora tal palavra não apareça durante a palestra, o enunciado 2 enfatiza que o TN é uma empresa, “a primeira empresa de sinalização digital feita por pessoas pretas e periféricas”. Tal enunciado mobiliza também o discurso de valorização do saber e do fazer das periferias e das pessoas negras que, justaposto ao do empreendedorismo, o valoriza com sentidos de altivez e diversidade.

Nas sequências discursivas 7, 8, 9 e 10 o sujeito é novamente interpelado pelo discurso empreendedor. O jornalista precisa “virar a chavinha” (8), “contar métricas” (9) e mudar seu “*mind set*” (10) para produzir conteúdo em busca de retorno dos investimentos. A mudança de mentalidade se impõe ao jornalista que, além de produzir notícia, deve incorporar novas e com-

plexas funções mercadológicas que atendam às plataformas. O empreendedorismo é também um dos três eixos de atuação da Ajor, promotora do *Festival 3i*, que tem entre seus objetivos “criação de mecanismos de suporte para a profissionalização, o desenvolvimento e a segurança institucional das associadas por meio de parcerias, projetos, iniciativas de formação e da organização de espaços seguros de troca de experiências” (“Sobre a Ajor”, n. d., intertítulo O que fazemos).

Como indica Figaro (2018), em meio à crise das empresas jornalísticas, o empreendedorismo tem sido apresentado “como solução mágica à destruição dos empregos e dos direitos trabalhistas” (p. 127), e pode representar “correias de transmissão das ideias hegemônicas [neoliberais] no campo popular e progressista”. As sequências discursivas destacadas mostram, de fato, as correias de transmissão funcionando, carregando ideias e discursos hegemônicos que, ao final, legitimam a incorporação do trabalho jornalístico na dinâmica de produção de dados das plataformas. É preciso que se diga que, além de ser interpelado pelas ideologias no mesmo momento que desenvolve seu discurso, todo sujeito é premido por suas reais condições de produ-

**Tabela 1:** Adesão e naturalização do poder das plataformas

Sequências Discursivas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Território da Notícia é uma solução de distribuição, monetização e de inteligência para quem distribui conteúdo e produz informação em contextos de periferias e favelas no Brasil.</li> <li>2. [É] a primeira empresa de sinalização digital feita por pessoas pretas e periféricas do país.</li> <li>3. Todas as iniciativas que tiverem conteúdo exibido nas telas vão ter seu conteúdo monetizado e isso também é uma entrega sensacional.</li> <li>4. Não é um mecanismo separado das grandes big techs, dos produtos e serviços das big tech, pelo contrário, ele permite uma integração.</li> <li>5. Quando você é um jornalista periférico, negro, você vive na favela, (...), você percebe que celular é atenção. É o processo de monetização e de precificação da nossa atenção, seja para consumir um stories, seja para assistir um reel, seja para ver um tik tok da vida.</li> <li>6. Desde 2016 a gente faz parte da rede Jornalistas das Periferias, que é um espaço de reflexão e discussão sobre um campo que precisa de sustentabilidade e também de discussão sobre desenvolvimento de novos produtos, serviços e de políticas públicas que fortaleçam a produção em periferias e favelas.</li> <li>7. Em 2010 você tinha uma discussão de jornalista especializado em social mídia, tinha que se preparar para produzir conteúdo para as redes sociais e aproveitar todas as oportunidades, mas em 2020 o que o mercado pede é um jornalista especializado na economia da atenção.</li> <li>8. Uma coisa essencial (...) dessa virada de chavinha de um jornalista que está atento à economia da atenção para produzir conteúdo: avaliar o quanto de retorno seu investimento está voltando para dentro da iniciativa.</li> <li>9. A gente está contando as métricas de audiência, mas quanto que, de maneira pragmática, eu já atraí de retorno sobre esse investimento que é a distribuição?</li> <li>10. Esse é um modelo de pensamento, esse <i>mind set</i> precisa mudar nas iniciativas de jornalismo nativo digital, porque cada conteúdo é um baita investimento.</li> </ol>
Efeitos de sentidos	<p>Naturalização dos desafios impostos ao jornalismo digital para os quais o TN é apresentado como uma solução, com potencial de integração ao modelo de negócio das big tech, aderindo às demandas da economia da atenção e seus processos de monetização, precificação e métricas de audiência. Naturalização da exigência de um jornalista em constante adaptação, para a qual estão preparados, devendo estar atentos também ao retorno dos investimentos em produção e distribuição.</p>

Fonte. elaboração dos autores a partir de corpus de análise.

Tabela 2: Questionamentos e críticas às plataformas

Sequências discursivas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Porque nós somos a população impedida de contar nossa história.</li> <li>2. A partir do momento que a gente fez esse diagnóstico de que a distribuição de conteúdo não atinge essas populações de periferias e favelas, pensamos: precisamos elaborar uma solução para isso. E é a partir desse momento que a gente é contemplado pelo GNI, o primeiro edital feito pelo Google News Initiative, e desenvolvemos o Território da Notícia, em parceria, em formato de consórcio, com Periferia em Movimento, Alma preta, e Embarque no Direito.</li> <li>3. Essas iniciativas [os arranjos periféricos] tinham uma dependência muito grande do Facebook, do Instagram, do Twitter, do Youtube, e isso é ineficiente, não dialogava com o seu entorno.</li> <li>4. Vocês têm noção do que a gente conseguiria alcançar de público com 100 telas? A gente conseguiria ultrapassar dois milhões de pessoas fácil, fácil num mês, que é algo que as redes sociais tradicionais hoje não entregam.</li> <li>5. E falando de nossos objetivos de futuro, é levar a TN para outras periferias e favelas do Brasil em parceria com organizações de notícias, coletivos, comunicadores desses territórios para que eles tenham não só o impacto na audiência local mas também que a gente promova uma distribuição de recursos financeiros que é algo estratégico.</li> <li>6. E também gerar audiência ganhando uma autonomia em relação às big tech, ou se tornando parceiras dessas big tech, porque essa ferramenta tem possibilidade de ser escalada para qualquer contexto global.</li> <li>7. No Brasil, o Whatsapp e o Facebook até 2019 eram grandes fontes de consumo de notícias e também grandes fontes de disseminação de fake news. Quando você tem o TN, que tem esse formato híbrido offline e online (...), você tem a possibilidade de fazer um filtro de qualidade, um padrão profissional de notícias que essas pessoas vão acessar.</li> <li>8. Eu preciso fazer parte dos trend topics, eu preciso aparecer nos moments, essa necessidade de você ser rastreado por esses mecanismos de informação tem impactado esse contexto de distribuição de conteúdo.</li> <li>9. Porque é muito louco a gente muitas vezes adaptar nossa narrativa a uma demanda, a uma hashtag das redes sociais, e, num contexto de algoritmo genético a gente não reproduz as hashtags da quebrada, da favela, do morro, do território indígena, do território quilombola.</li> <li>10. O nosso papel, nesse tempo histórico, é produzir conhecimento e informação que jogue luz. E não é mais possível só produzir conteúdo e jogar nas plataformas digitais. É preciso ir além disso.</li> <li>11. A provocação que deixo é: precisamos informar quem precisa mais de informação para mudar, para se emancipar, e refletir sobre a realidade a sua volta e as múltiplas realidades do dia a dia. Nada de multiverso, realidade.</li> </ol>
Efeitos de sentido	<p>O questionamento do alcance e da dependência das plataformas remetem a um fazer jornalístico ativo, a um entendimento sobre a dinâmica e necessidades de seus territórios que as big tech não têm, e à ideia de que com o domínio de tecnologias podem buscar autonomia e, ao mesmo tempo, parceria com as plataformas. Seu jornalismo deve informar para mudar a realidade, com foco na realidade das quebradas, sem multiverso, provoca.</p>

Fonte. elaboração dos autores a partir do corpus de análise

ção e de sobrevivência, que tem o levado, como revela o enunciado 4, à busca pela integração de seu jornalismo com as plataformas.

Os enunciados dessas SDs (Tabela 2) criticam e questionam o alcance das plataformas, a dependência do jornalismo periférico em relação a elas, e a necessidade de adequação a seus padrões (2, 3, 4, 8, 9). Associam as plataformas à disseminação de fake news e vocalizam a necessidade de ir além do modelo das plataformas (7, 10). Destacam ainda o potencial de autonomia do TN em relação às big tech, mas também, de forma dúbia, uma possível parceria do projeto com essas mesmas plataformas (6). O Google é evocado como mero coadjuvante do TN, que tem como objetivo informar o povo das periferias para transformar a realidade (2, 11).

Buscaremos na análise desse bloco identificar até que ponto esses questionamentos e a profissão de fé no poder transformador do jornalismo significam resistência às reais condições de produção impostas pelas plataformas. Na análise do discurso materialista, lembremos, resistência sempre há, vista que as formações discursivas carregadas de ideologia não conseguem eliminar as contradições. É importante lembrar também que nem toda resistência leva a rupturas.

As SDs da tabela indicam que o sujeito percebe as contradições do processo de plataformização do jornalismo, que faz com que os jornalistas, ao se adequarem como empreendedores aos mecanismos de visibilização e engajamento prescritos pelas plataformas, como os moments, trend topics, e hashtags (8), deixem de reproduzir as “hashtags da favela, do

morro, do território indígena, do território quilombola” (9). Tal percepção serve mais ao reconhecimento da sujeição formal e editorial do jornalismo às plataformas, do que a uma proposta de ruptura com o modelo, sinalizando a dependência estrutural da indústria jornalística. Os enunciados (2, 3) também questionam a eficiência das plataformas na distribuição do conteúdo do jornalismo periférico<sup>11</sup>, desafiando o discurso de infalibilidade desses aparatos socio-tecnológicos. Tais questionamentos, no entanto, não resultam em resistência pois são os próprios jornalistas periféricos que estão a propor uma solução para essas limitações por meio do TN. Nesse sentido, é interessante notar que o projeto premiado e financiado pelo Google de certa forma *hackeia* o modelo coletor de dados das plataformas, quando passam eles próprios a ter a possibilidade de coletar, tratar e monetizar os dados do consumo offline de notícias nos territórios periféricos por meio de seus tótons. Com isso, eles buscam, como destacado no enunciado 5, ter impacto sobre a audiência e a distribuição de recursos para os produtores de jornalismo, o que pode os levar a uma autonomia (6) em relação às big techs. O hackeamento de tecnologias e do modelo de gestão das plataformas pode ser considerado uma prática de resistência, mas, ao emular o modelo das plataformas de captura e gestão de dados não rompe com sua lógica.

Na materialidade do discurso relativo à autonomia (6), o artigo indefinido “uma” restringe o alcance da autonomia almejada, sugerindo apenas seu aspecto econômico-financeiro. Há ainda no mesmíssimo enunciado a quebra de expectativa quanto a essa autonomia, com a possibilidade de parceria com as big techs para levar a solução de distribuição do TN para um “contexto global”.

O Google é citado apenas uma vez na palestra, como mero viabilizador financeiro do projeto (2). A brevidade da referência à grande plataforma pode ser vista em seu sentido de omissão, do deixar de dizer, de evitar destacar a natureza mais abrangente e dominadora das plataformas como novos meios de produção do jornalismo.

Na comparação com Facebook e Whatsapp (7), em termos de difusão de informação confiável e de qualidade, o TN e o “filtro” do jornalismo periférico saem ganhando, destacando o valor do jornalismo profissional. Nessa mesma linha discursiva de valorização do jornalismo, o sujeito filia sua produção ao ideário de transformação social, ao buscar produzir e distribuir “informação para mudar, para se emancipar, e refletir sobre a realidade à sua volta” (11). Na materialidade do discurso, no entanto, o intuito de mudança perde força com o uso dos verbos no infinitivo – mudar, emancipar, refletir –, que implica sentido genérico e esvaziamento dessas ações.

Finalmente, o discurso destaca (10) que o papel histórico do jornalismo periférico é produzir conhecimento e informação que jogue luz sobre a realidade que é múltipla no dia a dia das periferias. “Nada de multiverso. Realidade” (11), provoca o sujeito insinuando descolamento de produtos das plataformas, como o Metaverso, da Meta, que mimetiza, captura e monetiza a experiência social, criando realidades paralelas. Acontece que o negócio das plataformas é alimentado pelas realidades capturadas em todos os lugares, também nas periferias, por meio da interação das pessoas com todo tipo de conteúdo nas redes, incluindo o jornalismo periférico. A periferia vira mercadoria e estes arranjos entram na disputa pela atenção. O resultado é uma despolitização das questões sociais, que se resumem a uma integração ao mercado controlado pelas plataformas.

A aparente evocação à resistência no enunciado (10), que diz não ser mais possível somente “produzir conteúdo e jogar nas plataformas digitais”, e que “é preciso ir além disso”, não deixa claro qual o sentido de “além”, podendo este estar restrito a uma condição mais vantajosa de inserção do jornalismo periférico na economia das plataformas.

As críticas e questionamentos pontuam um discurso de adesão sem levarem à ruptura com o discurso dominante. Mais do que propor “revolta-revolução-transformação” (Nardi & Nascimento, 2016, p. 99), o discurso indica o posicionamento de um sujeito que percebe as contradições do sistema, mas que não renuncia a ele. Essa parece ser sua condição de sobrevivência e da possibilidade de continuar a fazer o jornalismo da “população impedida de contar nossa história” (1). Nesse enunciado o sujeito lança mão do discurso de resistência periférica, acionado também quando evoca o sentido coletivo do projeto (2), e o desejo de transformação (10, 11). É de se pensar o quanto tal discurso empresta legitimidade à atuação das plataformas junto ao jornalismo, por meio de seus programas, e ao jornalismo periférico em particular. No limite, o apoio instrumental e financeiro dessas plataformas é a chance de transformação de coletivos e arranjos em empreendimentos.

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Tínhamos como objetivo desta análise apreender, pelos enunciados recortados, a percepção do jornalista sobre o vínculo e a influência das plataformas digitais sobre seu trabalho jornalístico, partindo da pergunta inicial: haveria entre os jornalistas agraciados pelos programas do Google algum posicionamento de resistência ante o poder das plataformas?

Nossa análise conclui que a estratégia discursiva do jornalista em sua palestra é de reconhecimento do poder das plataformas, reconhecimento carregado de sentidos

de adesão ao exigente modelo das big techs, sem deixar de pontuá-lo com questionamentos e críticas. Mesmo com tais questionamentos, não foi possível flagrar na materialidade do discurso intenções de ruptura com o discurso dominante de pertinência e inevitabilidade das plataformas para a produção e circulação jornalística. O TN é apresentado como solução que compõe com o modelo vigente, mesmo que busque um maior controle sobre a distribuição e monetização do jornalismo periférico ante as plataformas.

As condições de produção do jornalismo sob as plataformas são concorrenciais, individualistas, calcadas no neoliberalismo e no empreendedorismo. Assim, mais do que a resistência a esse modelo, o que se materializa no discurso analisado são os desafios, a luta, e a capacidade do jornalista periférico para se adaptar a

essas condições, numa constante e criativa peleja para não ser solapado por elas.

Devemos ponderar que as iniciativas de jornalismo periférico podem representar processos de resistência social e política no sentido de criar e fomentar condições de manifestação de novas vozes no debate público, prescindindo de outros setores para apresentar suas narrativas. Tais sentidos de resistência desse tipo de jornalismo devem ser investigados em pesquisas oportunas.

---

*Submissão: 13/07/2023*

*Aceite em: 01/04/2024*

## NOTES

---

<sup>1</sup> Capital do Estado mais populoso do Brasil.

<sup>2</sup> Ver Associadas (n. d.).

<sup>3</sup> Ver Matos (2018).

<sup>4</sup> Entrevista realizada por Claudia Nonato para a pesquisa A produção de notícias a partir das periferias de São Paulo: perfil, rotinas e novas configurações do trabalho jornalístico, realizada entre 2017 e 2019.

<sup>5</sup> Pessoas que vivem no Brasil costumam usar “periferia” para se referirem a locais geralmente afastados dos grandes centros, como as favelas, ou aos bairros mais pobres, loteamentos clandestinos, resultado da má distribuição de renda em uma determinada região. Como as periferias são múltiplas e diversas, optamos por usar o termo no plural.

<sup>6</sup> Morador das periferias.

<sup>7</sup> Periferia em Movimento, Alma Preta, Embarque no Direito e Preto Império e as jornalistas Gisele Brito e Simone Freire.

<sup>8</sup> Pesquisa da Organização Internacional do Trabalho da ONU (OIT) mostra que 87% das empresas têm o desejo de ser reconhecidas por valorizar a diversidade, mas apenas 60% desenvolveram programas que preparam o ambiente para isso (Estadão Conteúdo, 2022).

<sup>9</sup> “Defendemos a inclusão e buscamos melhorar a representação no jornalismo, refletindo os princípios de diversidade, equidade e inclusão nos programas da Google News Initiative [tradução nossa]” (“Wider, truer representation”, 2021).

<sup>10</sup> A fala do jornalista e pode ser recuperada em Festival 3i (2022, 19 de março).

<sup>11</sup> Aqui cabe esclarecer que tal ineficiência se deve à ausência de internet de qualidade nos territórios periféricos e ao baixo poder aquisitivo da população para adquirir pacotes de dados para seus celulares, como explica o jornalista em trechos da palestra não selecionados em nosso recorte.



## REFERÊNCIAS

- Abilio, L. C. (2019). Uberização: do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. *Revista Psicoperspectivas: individuo y sociedad*, 18(3), 1-11. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue3-fulltext-1674>
- Abilio, L. C., Amorim, H., & Grohmann, R. (2021). Uberização e plataformação do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, 23(57), 26-56. <https://doi.org/10.1590/15174522-116484>
- Associadas. (n. d.). Associação de Jornalismo Digital. Recuperado em 27 de maio de 2024, em <https://ajor.org.br/associadas/>
- Bell, E. J., Owen, T., Brown, P. D., Hauka, C., & Rashidian, N. (2017). A Imprensa Nas Plataformas: Como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. *Revista de Jornalismo ESPM*, 6(20), 48-83. Recuperado de: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>
- Bretanha, S., & Ernst, A. G. (2021). Contradição, discurso e resistência em análise de discurso: só há falha daquilo que causa. *Cadernos de Estudos Linguísticos*, 63(1), 1-20. <https://doi.org/10.20396/cel.v63i00.8661734>
- Conheça o Meta Journalism Project. (n. d.). Meta. Recuperado em 28 de maio de 2024, de [https://www.facebook.com/formedia/mjpg?locale=pt\\_PT](https://www.facebook.com/formedia/mjpg?locale=pt_PT)
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Editora Boitempo.
- D'Andrea, C. F. B. (2020a). *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. EDUFBA. Recuperado de <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32043>
- D'Andrea, T. (2020b). Contribuições Para A Definição Dos Conceitos Periferia e Sujeitas E Sujeitos Periféricos. *Novos estudos CEBRAP*, 39(1), 19-36. <https://doi.org/10.25091/S01013300202000010005>
- Estadão Conteúdo. (2022, 26 de dezembro). *Diversidade e inclusão: Como transformar o discurso em ações práticas na empresa*. Money Times. Recuperado de <https://www.moneytimes.com.br/diversidade-e-inclusao-como-transformar-o-discurso-em-acoes-praticas-na-empresa/>
- Faïta, D. (2002). Análise das práticas languageiras e situações de trabalho: uma renovação metodológica imposta pelo objeto. In M. C. P. Souza e Silva, & D. Faïta (Orgs.), *Linguagem e trabalho. Construção de objetos de análise no Brasil e na França* (pp. 15-30). Cortez.
- Fernandes, C., & Vinhas, L. I. (2019). Da maquinaria ao dispositivo teórico-analítico: a problemática dos procedimentos metodológicos da Análise do Discurso. *Linguagem em (Dis)curso*, 19(1), 133-151. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-190101-DO0119>
- Ferrari F., & Graham, M. (2021). Fissuras no Poder Algorítmico: plataformas, códigos e contestação. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, 23(2), 207-219. <https://doi.org/10.4013/fem.2021.232.14>
- Festival 3i [@Festival3i]. (2022, 19 de março). [MESA] *Se ninguém lê/vê/ouve, não existe: o foco na distribuição | (PT-BR)*. [Vídeo]. Streaming Service. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=1br6\\_tWMXvg&t=1900s](https://www.youtube.com/watch?v=1br6_tWMXvg&t=1900s)
- Figaro, R. (2008). Atividade de comunicação e trabalho. *Revista Trabalho, Educação e Saúde*, 6(1), 1-39. Recuperado de <https://www.tes.epsjv.fiocruz.br/index.php/tes/article/view/1732>
- Figaro, R., & Nonato, C. (2017). Novos 'arranjos econômicos' alternativos para a produção jornalística. *Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura*, 15(1), 47-63. Recuperado de <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneapos-com/article/view/21451>
- Figaro, R. (Org.). (2018). *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.
- Filgueiras, V., & Antunes, R. (2020). Plataformas digitais, uberização do trabalho e regulação no capitalismo contemporâneo. In R. Antunes (Org.), *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0* (pp. 1-20). Boitempo.
- Grigoletto, M. (2002). *A resistência das palavras: discurso e colonização britânica na Índia* (1ª ed.). Editora da Unicamp.
- Haroche, C., Pêcheux, M., & Henry, P. (2011). A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso. In: R. L. Baronas (Org.), *Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva* (2ª ed., p. 13-32). Pedro & João.
- Helmond, A. (2019). A plataformação da web. In J. J. Omena (Org.), *Métodos Digitais: teoria-prática-crítica* (pp. 49-72). Livros ICSNova.
- Linha Editorial. (n. d.). Desenrola e não me enrola. Recuperado em 27 de maio de 2024, de <https://desenrolaenaomenrola.com.br/linha-editorial/>
- Matos, R. (2018). Ronaldo Matos. In E. Vilhena, F. Lopes, J. Cruz, R. Matos, & T. Siqueira, *Você repórter da periferia, visões e vivências do jornalismo nas Periferias* (pp. 13-27). FiloCzar.
- Moreira, S. V. (2021, julho). *Jornalismo e jornalistas periféricos: Anotações de leitura*. [Apresentação de trabalho]. 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Brasília, Brasil. Recuperado de <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/jornalismo-e-jornalistas-perifericos-anotacoes-de-leitura?lang=pt-br>
- Gonçalves, C. D. (2000, 17-19 de abril). *Estilo de pensamento na produção de conhecimento científico*. [Apresentação de trabalho]. IV Congresso Português de Sociologia, Lisboa, Portugal. Recuperado de [https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR462de12f4bb03\\_1.pdf](https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR462de12f4bb03_1.pdf)
- Manifesto. (n. d.). Desenrola e não me enrola. Recuperado em 27 de maio de 2024, de <https://www.desenrola.org.br/manifesto>
- Morozov, E. (2018). *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política* (1ª ed.). Ubu Editora.
- Nardi, F. S., & Nascimento, F. A. S. (2016). A propósito das noções de resistência e tomada de posição na análise de discurso: movimentos de resistência nos processos de identificação com o ser paraguaio. *SIGNUM: Estudos da Linguagem*, 19(2), 80-103. <https://doi.org/10.5433/2237-4876.2016v19n2p80>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275-4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>

- Nonato, C. (2020) Diversidade nas pautas jornalísticas: o caso das periferias paulistanas. *Revista Extraprensa – Comunicação e Cultura na América Latina*, 13(2), 183-198. <https://doi.org/10.11606/extraprensa2020.153455>
- Nosso Manifesto*. (n. d.). Periferia em Movimento. Recuperado em 27 de maio de 2024, de <https://periferiaemmovimento.com.br/manifesto/#:~:text=Periferia%20em%20Movimento%20%C3%A9%20vig%C3%ADlia,fam%C3%ADlia%2C%20muitas%20vezes%20%C3%A0%20vida>
- Nouroudine, A. (2002). A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In M. C. P. Souza E Silva, & D. Faïta (Orgs), *Linguagem e trabalho. Construção de objetos de análise no Brasil e na França* (pp. 17-30). Cortez.
- Orlandi, E. P. (2009). *Análise de discurso: Princípios e Procedimentos* (8ª ed.). Pontes.
- Papaevangelou, C. (2023). Funding Intermediaries: Google and Facebook's Strategy to Capture Journalism. *Digital Journalism*. 12(2), 234–255. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206>
- Pêcheux, M. (1997). Análise Automática do Discurso. In F. Gadet, T. Hak, (Orgs.), *Por Uma Análise Automática do Discurso: Uma Introdução à Obra de Michel Pêcheux* (3ª ed., pp. 61-161). Editora da UNICAMP.
- Ramírez, D. G. (2021). Journalism in the attention economy. *Brazilian Journalism Research*, 17(1), 4-27. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n1.2021.1332>
- Rashidian, N., Brown, P., Hansen, E., Bell, E., Albright, J., & Hartstone, A. (2018, June 14). *Friend & Foe: The Platform Press at the Heart of Journalism*. Columbia Journalism School. Retrieved from [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/the-platform-press-at-the-heart-of-journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/the-platform-press-at-the-heart-of-journalism.php)
- Rodrigues, D. S., & Melo, M. L. (2020). Estudo sobre análise de discurso como procedimento metodológico na pesquisa documental. *Educação*, 45(1), 1–21. <https://doi.org/10.5902/1984644434018>
- Schermack, K. Q., & Freitas, E. C. (2012). A formação discursiva e as condições de produção no discurso vieiriano: uma análise do sermão de Santo Antônio. *Moara – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Letras*, (37), 45-59. <http://dx.doi.org/10.18542/moara.v1i37.1347>
- Silva, G. C., Sanseverino, G. G., Santos, M. F. L., & Mesquita, L. (2020). Como as plataformas digitais provocaram uma ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, 22(1), 161-178. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/155382>
- Silva, P. S. L. (2018). *A linguagem da palestra: estratégias retóricas, linguísticas e pragmáticas* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco]. Attena – Repositório Digital da UFPE. Recuperado de <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/30366>
- Silva, T. M. C., & Corrêa, P. F. S. (2022, 5-9 de setembro). *O discurso de colaboração do Google voltado para o jornalismo*. [Apresentação de trabalho]. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, João Pessoa, Brasil. Recuperado de <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0719202211260762d6beff484a9.pdf>
- Simon, F.M. (2022) Uneasy Bedfellows: AI in the News, Platform Companies and the Issue of Journalistic Autonomy, *Digital Journalism*, v.10. n.10, p.1832-1854. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/21670811.2022.2063150?needAccess=true>
- Sobre a Ajour*. (n. d.). Associação de Jornalismo Digital. Recuperado em 27 de maio de 2024, de <https://ajor.org.br/sobre-ajor/>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas Buenos Aires: Caja Negra*.
- Território da notícia*. (2021). Território da notícia. Recuperado em 27 de maio de 2024, de <https://territoriodanoticia.com.br/Todos-os-recursos>. (n. d.). Google News Initiative. Recuperado em 28 de maio de 2024, de <https://newsinitiative.withgoogle.com/pt-br/programs/>
- Wang, Q. (2020). Differentiation and De-differentiation: The evolving Power Dynamics Between News Industry and Tech Industry. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 509-527. <https://doi.org/10.1177/1077699020916809>
- Wider, truer representation*. (2021). Google News Initiative. Retrieved from <https://newsinitiative.withgoogle.com/pt-br/impact2021/#diversity-equity-inclusion>

**Jornalismo periférico e plataformização: discurso de adesão, questionamentos e luta por sobrevivência**

**Journalisme périphérique et plateformes : discours d'adhésion, de remise en question et de lutte pour la survie**

**Peripheral Journalism and Platformization: a Discourse of Support, Questioning and Struggle for survival**

**Periodismo periférico y plataformización : un discurso de adhesión, cuestionamiento y lucha por la supervivencia**

**Pt.** Este artigo busca analisar a palestra de um jornalista a respeito da influência das plataformas digitais sobre seu trabalho. No discurso, procuramos identificar questionamentos, sinais de adesão e resistência ao modelo de plataformização do jornalismo. A palestra, realizada em 2019, apresentou um projeto de distribuição de notícias desenvolvido por um grupo de jornalistas das periferias de São Paulo com financiamento do Google. O evento no qual o projeto foi apresentado é também financiado pelo Google e pela Meta, grandes plataformas que, desde 2017, desenvolvem e oferecem vários programas voltados para o jornalismo no mundo todo. A partir do histórico de relações entre as plataformas e a imprensa (Bell & Owen, 2017; Wang, 2020), e do surgimento dos novos arranjos jornalísticos alternativos às corporações de mídia, nossa abordagem é baseada no binômio comunicação e trabalho, duas atividades interligadas e constitutivas do ser humano (Fíguro, 2008; 2018). O trabalho dos comunicadores dos arranjos jornalísticos alternativos é percebido com base nos estudos da Ergologia (Faïta, 2002), que indicam que a realidade macrosocial pode ser apreendida no micro dos processos de comunicação no trabalho cotidiano. Usamos também a noção de práticas languageiras (Nouroudine, 2002) para considerar três aspectos da linguagem no âmbito da experiência do trabalho: a linguagem como trabalho, a linguagem no trabalho e a linguagem sobre o trabalho. Por fim, nossa análise segue os princípios teórico-metodológicos da Análise do Discurso de linha francesa (AD), destacando as condições de produção de tal discurso, seus contextos imediatos e sócio-históricos, além do interdiscurso e das ideologias que o atravessam. Pela análise, vislumbra-se um discurso de adesão pontuado por questionamentos que, mais do que resistência, indica uma luta constante e criativa para não ser solapado pelas novas condições de produção do jornalismo.

**Palavras chaves (5):** Jornalismo periférico, plataformas digitais, plataformização do jornalismo; Análise do Discurso

**Fr.** Cet article se propose d'analyser le témoignage d'un journaliste concernant l'influence des plateformes numériques sur son travail. Nous tentons d'identifier dans son discours les interrogations, les signes d'adhésion et les éléments de résistance face à la plateformes du journalisme. Cette intervention, effectuée en 2019, visait à présenter un projet de diffusion d'actualités développé par un groupe de journalistes des quartiers périphériques de São Paulo, avec le concours financier de Google. L'événement au cours duquel ce projet a été présenté était lui aussi financé par Google et par Meta, ces deux grandes plateformes développant et proposant, depuis 2017, divers programmes axés sur le journalisme dans le monde entier. Partant d'une analyse de l'histoire des relations entre les plateformes et la presse (Bell & Owen, 2017 ; Wang, 2020), ainsi que de l'émergence de nouveaux véhicules journalistiques alternatifs face aux grands groupes médiatiques, notre approche s'appuie sur le binôme communication et travail, deux activités interconnectées et constitutives de l'être humain (Fíguro, 2008 ; 2018). Le travail des communicants de ces véhicules journalistiques alternatifs est envisagé à la lumière des études d'ergologie (Faïta, 2002), qui indiquent que la réalité macrosociale peut être appréhendée à travers les microprocessus de communication dans l'exercice du métier au quotidien. Nous nous appuyons également sur la notion de pratiques langagières (Nouroudine, 2002) pour considérer trois aspects du langage dans le contexte de l'expérience professionnelle : le langage en tant que travail, le langage au travail et le langage sur le travail. Notre analyse suit enfin les principes théoriques et méthodologiques de l'analyse du discours dé-

veloppée en France (AD), en mettant en évidence les conditions de production de ce discours, ses contextes immédiats et sociohistoriques, ainsi que l'interdiscours et les idéologies qui le traversent. Cette analyse permet de révéler un discours d'adhésion ponctué de remises en question qui, plus que d'une résistance, témoigne d'une lutte constante et créative pour ne pas se laisser miner par les nouvelles conditions de production du journalisme.

**Mots-clés :** Journalism des périphéries, plateformes numériques, plateformes du journalisme, analyse du discours

**En** This article examines a journalist's account of the influence of digital platforms on his work. We attempt to identify in his discourse the questions, signs of support and elements of resistance to the platformization of journalism. This presentation, carried out in 2019, aimed at showcasing a news broadcasting project developed by a group of journalists from the suburbs of São Paulo and funded by Google. The event during which this project was presented was also funded by Google and Meta, both of which have been developing and funding various journalism-focused programs around the world since 2017. Drawing on an analysis of the history of relations between platforms and the press (Bell & Owen, 2017; Wang, 2020), as well as the emergence of new alternative journalistic channels in the face of large media groups, our approach is based on the binomial relationship between communication and work, two interconnected activities constitutive of the human being (Fígaro, 2008; 2018). The work of the communicators of these alternative journalistic channels is considered in the light of ergology studies (Faïta, 2002), which propose that macro-social reality can be apprehended through the micro-processes of communication in day-to-day professional practice. We also draw on the notion of language practices (Nouroudine, 2002) to consider three aspects of language in the context of work experience: language as work, language at work and language about work. Finally, our analysis applies the theoretical and methodological principles of discourse analysis developed in France (AD), highlighting the conditions of production of this discourse, its immediate and socio-historical contexts, as well as the inter-discourse and ideologies that run through it. This analysis reveals a discourse of adherence and occasional questioning which, rather than resistance, testifies to a constant and creative struggle not to be undermined by the new conditions of journalistic production.

**Keywords :** Journalism of the suburbs, digital platforms, platformization of journalism, discourse analysis.

**Es** Este artículo se propone analizar el discurso de un periodista sobre la influencia de las plataformas digitales en su trabajo. En el discurso, buscamos identificar cuestionamientos, señales de adhesión y resistencia al modelo de plataforma del periodismo. La presentación, hecha en 2019, sirvió para presentar un proyecto de distribución de noticias desarrollado por un grupo de periodistas de la periferia de São Paulo con financiamiento de Google. El evento en el que se presentó el proyecto también estuvo financiado por Google y por Meta, grandes plataformas que desde 2017 desarrollan y ofrecen diversos programas dirigidos al periodismo en todo el mundo. Partiendo de la historia de las relaciones entre las plataformas y la prensa (Bell & Owen, 2017; Wang, 2020) y del surgimiento de nuevas formas periodísticas alternativas a las corporaciones mediáticas, nuestro enfoque se basa en el binomio comunicación-trabajo, dos actividades interconectadas y constitutivas del ser humano (Fígaro, 2008; 2018). El trabajo de los comunicadores de las formas periodísticas alternativas se percibe a partir de los estudios de la ergología (Faïta, 2002), que indican que la realidad macrosocial puede aprehenderse en lo micro de los procesos de comunicación dentro del trabajo cotidiano. También utilizamos la noción de prácticas lingüísticas (Nouroudine, 2002) para considerar tres aspectos del lenguaje en el contexto de la experiencia del trabajo: el lenguaje como trabajo, el lenguaje en el trabajo y el lenguaje sobre el trabajo. Por último, nuestro análisis sigue los principios teórico-metodológicos del análisis del discurso (AD) francés, poniendo de relieve las condiciones de producción de dicho discurso, sus contextos inmediatos y sociohistóricos, así como el interdiscurso y las ideologías que lo atraviesan. El análisis revela un discurso de adhesión salpicado de cuestionamientos que, más que resistencia, indican una lucha constante y creativa para no verse solapado por las nuevas condiciones de producción periodística.

**Palabras clave :** Periodismo periférico, plataformas digitales, plataforma del periodismo; análisis del discurso.