



MARAJÓ NA MÍDIA: a circulação de fatos e *fakes* no agendamento de notícias via redes sociais¹

Jessica de Souza Carneiro

Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM UFPA).

RESUMO

Visamos discutir os efeitos da plataformização e da performatividade algorítmica que resultou na ampla circulação e viralização de notícias sobre abuso sexual infantil, tráfico de pessoas e pedofilia na Ilha do Marajó, Amazônia paraense. Partindo de conceitos como o da midiatização da política e do enquadramento noticioso, os quais ganham novas roupagens no atual ecossistema informativo-comunicacional conectado da contemporaneidade, realizamos revisão bibliográfica e análise com base na Teoria Fundamental e de Estudos de Discursos Mediados por Computador, a fim de acompanhar o desenrolar da ação e reação de usuários(as) no Instagram sobre um tema já existente na esfera pública e (res)suscitado em um *reality show* digital, ressaltando o importante lugar ocupado atualmente pelas redes sociais na formação de processos (web)midiáticos de ampla visibilidade e abrangência.

PALAVRAS-CHAVE

Plataformização. Agendamento. Marajó.

1 INTRODUÇÃO

Ilha do Marajó. O arquipélago, situado no estado do Pará, “viralizou” na mídia, recentemente, a partir da circulação em redes digitais a respeito de problemas sociais históricos vivenciados nessa localidade periférica da região amazônica e profundamente marcada pelo processo de colonização que dizimou o povo originário local e deu origem a inúmeros refúgios quilombolas/ribeirinhos.

No dia 16 de fevereiro de 2024, a apresentação de uma cantora gospel paraense em um *reality show* nacional desencadeou assuntos e opiniões as mais diversas sobre a situação de extrema pobreza e exploração sexual infantil vivenciada há muitos anos pela população do arquipélago marajoara. O fato mobilizou usuários(as) de redes e *influencers*, fazendo com que, entre os dias 22 e 24 de fevereiro de 2024, a pesquisa pela palavra “Marajó”, no diretório de buscas do Instagram, por exemplo, trouxesse mais de 125 mil publicações dentre as mais relevantes destacadas segundo critérios da plataforma.

Tendo esses fatos em mente, pressupomos que o termo “viral” (LEMOS, 2021) se adequa muito bem aos modos de comunicar via redes sociais digitais da contemporaneidade, pois alastra uma

¹ Trabalho apresentado no **GT5 – COMUNICAÇÃO E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS – CBCC**, da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

determinada pauta entre os mais diferentes grupos organizados em rede, e, de tanto que dela se fala na esfera pública inter e hiperconectada (BENKLER, 2006; LIMA JÚNIOR, 2011), acaba também recebendo a atenção da mídia de massa tradicional, além da webmídia, que consiste nos modos de comunicar da atualidade a partir das materialidades tecnológicas próprias da cultura digital.

2 METODOLOGIA

Realizaremos observação direta na plataforma Instagram, onde vimos nascer o fenômeno, que a partir daí tomou também espaço nas mídias hegemônicas, com base em exemplos elencados segundo a Teoria Fundamentada (FRAGROSO et. al. 2015), enquanto método de pesquisa para análises de ocorrências na Internet, além de técnicas de estudos de discurso mediado por computador (RECUERO et. al. 2020), dentro do recorte de tempo estipulado.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Visamos caracterizar e discutir os novos fluxos de circulação que se fazem possíveis mediante o que se discute em redes sociais, trazendo para “ordem da pauta do dia”, no que tange ao que é passível à noticiabilidade jornalística (TRAQUINA, 2004), o olhar para o âmbito da circulação e do enquadramento (HJARVARD, 2013; SOARES, 2009), agora, podendo ser conferido pelo próprio público, ou por redes de (des)informação (SANTAELLA, 2023), a assuntos específicos que se deseja engajar na agenda pública.

Contextualizamos ainda a midiatização da sociedade (VERÓN, 2013; HJARVARD, 2013; LUNDBY, 2014; SODRÉ, 2021), que se aproveita das lógicas algorítmicas de plataformas (VAN DIJCK; POELL, 2013) para explorar dinâmicas sociotécnicas que gerem outras, próprias à cultura da internet, mas também que expõem subjetividades, identidades, bem como atitudes de vigilância distribuída (BRUNO, 2013) que, de um lado buscam disseminar *fake news* e, de outro, geram discursos emancipatórios e de resistência (BEIGUELMAN, 2021).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pauta gerou um fenômeno comunicacional próprio da cultura midiatizada em que a circulação dos discursos se dá muito mais pelas materialidades e potencialidades de interação oferecidas pelas plataformas, no caso em questão, o Instagram, do que pelas formas tradicionais de mídia. No cenário atual, vários sujeitos tomam para si o protagonismo de dizer a verdade, posicionar-se e opinar segundo critérios que revelam suas próprias vivências e enquadramentos, pautando a agenda pública na web e fora dela, superando o mito da neutralidade e alargando as fronteiras institucionais da sociedade contemporânea (SODRÉ, 2021).

Chamamos atenção para a constituição da plataforma Instagram, enquanto mídia social digital, como “esfera pública onde a participação dos atores tem efeitos sobre a produção e a circulação dos discursos que constituem a opinião pública” (RECUERO et. al., 2020, p. 135).

Sobre a questão do Marajó, o que nos pareceu foi que houve um oportunismo para a suscitação de um debate que, tão rápido como surgiu, novamente desapareceu da esfera midiática, à revelia de quão reais ou não sejam os problemas denunciados pelos atores que fizeram parte da rede de discussão e viralização sobre o assunto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a midiaticização da sociedade contemporânea e a plataformização da opinião pública, concluímos que, o exemplo sobre a circulação a respeito dos problemas socioeconômicos da Ilha do Marajó, partiu da viralização de conteúdos no Instagram e fez das redes sociais digitais, indicadores externos à instituição Mídia capazes de avaliar/gerar o que pode ser noticiado e enquadrado (ou não) pelos meios de comunicação tradicionais.

Assim, usuários(as) e *influencers* desta plataforma chamaram atenção de forma distribuída ao caso, pois, da mesma forma que viralizaram *fake news*, também circularam vozes regionais de contradiscursos no contexto nacional, o que trouxe para a cena dos processos comunicacionais da atualidade, todo um aparato sociotécnico que também pôde conferir visibilidade à ocorrências extra digitais, como as necessidades cidadãos marajoaras.

Verificamos ainda que a discussão sobre as denúncias de exploração sexual infantil na Ilha do Marajó, a partir do caso observado, ganhou proporções midiáticas nos (web)noticiários e nas redes sociais não necessariamente pela gravidade das acusações, mas, muito mais, pela polarização do debate que trouxe para cena de disputas de sentido, atores políticos partidários de oposição e da situação, além de grupos religiosos e de movimentos socioativistas ambientais e midialivristas.

Referências

BEIGUELMAN, G.. **Políticas da imagem: vigilância e resistência na dadosfera.** São Paulo: Ubu Editora, 2021.

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom.** New Haven: Yale University Press, 2006.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

FRAGOSO, Sueli; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

- HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. Editora Unisinos, São Leopoldo, 2013.
- LEMOS, André. **A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital**. Porto Alegre: Sulina, 2021.
- LIMA JUNIOR, W. T. Neofluxo: Jornalismo, base de dados e a construção da esfera pública interconectada. In.: **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 21, p. 137-149, jun. 2011.
- LUNDBY, K. (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 2014.
- RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. **Aplicações de ARS para Mídia Social**. Análise de Redes para Mídia Social. Porto Alegre: Sulina (Coleção Cibercultura), 2020.
- SANTAELLA, Lúcia (org.). **Flagelos da desinformação**. São Paulo: EDUC: PIPEq, 2023.
- SOARES, MC. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática** (online). São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.
- SODRÉ, Muniz. **Sociedade Incivil**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2021.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Porque as notícias são como são. V.1. Florianópolis: Insular, 2004.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T. Understanding social media logic. In.: **Media and Communication**, Lisboa, v. 1, n. 1, p. 2-14, 2013. Disponível em: < <https://bit.ly/2kptqvS> >. Acesso em: 17 set. 2023.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes**. Buenos Aires: Paidós, 2013.