

**Jéssica de Souza Carneiro**  
Universidade Federal do Pará  
– UFPA  
E-mail:  
jessica.souza.jor@gmail.com

**Claudiane de Oliveira  
Carvalho**  
Universidade Federal do Pará  
– UFPA  
E-mail:  
claudianecarvalho29@gmail.com

**Walter Teixeira Lima Júnior**  
Universidade Federal do Pará  
– UFPA  
E-mail: walter.lima@unifesp.br



Este trabalho está licenciado sob  
uma licença [Creative Commons  
Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Copyright (©):**  
Aos autores pertence o direito  
exclusivo de utilização ou  
reprodução

ISSN: 2175-8689

## **A midiaticização da resistência amazônida na circulação das tags #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom no Instagram**

*The mediatization of Amazonian  
resistance in the circulation of the tags  
#OndeestãoBrunoeDom and  
#JustiçaporBrunoeDom on Instagram*

*La mediatización de la resistencia  
amazónica en la circulación de las  
etiquetas #OndeestãoBrunoeDom y  
#JustiçaporBrunoeDom en Instagram*

Carneiro, J. de S., Carvalho, C., & Lima Junior, W. T. A  
midiaticização da resistência amazônida na circulação das tags  
#OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom no  
Instagram. Revista Eco-Pós, 26(3), 166–195.  
<https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i3.27957>

## RESUMO

Este artigo destaca a colaboratividade na produção de conteúdo promovida no *Instagram* e pelo crescimento do jornalismo de circuito alternativo a respeito da Amazônia na plataforma. O objetivo é caracterizar o discurso da mídia acerca da região para refletir sobre a midiaticização da resistência a esse discurso na rede social. De que forma esses conteúdos podem ser denominados como decoloniais e que efeitos podem provocar? Em busca dessa resposta, utiliza-se técnicas contidas no campo da etnografia digital e no dispositivo analítico de Cárton (2017), expondo como se deu a circulação das *hashtags* #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom em junho de 2022. Conclui-se que as *tags* contrapuseram os padrões cognitivos recorrentes com os quais a Amazônia é abordada nacionalmente na webmídia sobretudo no @portalg1, tomado como exemplo de atuação hegemônica.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Midiaticização; Amazônia; Circulação; Hashtags; Instagram.*

## ABSTRACT

This article highlights the collaboration in content production promoted on Instagram and the growth of alternative circuit journalism about the Amazon on the platform. The objective is to characterize the media discourse about the region to reflect on the mediatization of resistance to this discourse on the social network. How can these contents be called decolonial and what effects can they have? In search of this answer, techniques contained in the field of digital ethnography and the analytical device of Cárton (2017) are used, exposing how the hashtags #OndeestãoBrunoeDom and #JustiçaporBrunoeDom circulated in June 2022. It is concluded that the tags were in opposition the recurring cognitive patterns with which the Amazon is approached nationally in webmedia, especially on @portalg1, taken as an example of hegemonic action.

**KEYWORDS:** *Mediatization; Amazon; Circulation; Hashtags; Instagram.*

## RESUMEN

Este artículo destaca la colaboración en la producción de contenidos promovidos en Instagram y el crecimiento del periodismo de circuito alternativo sobre la Amazonía en la plataforma. El objetivo es caracterizar el discurso mediático sobre la región para reflexionar sobre la mediaticización de la resistencia a este discurso en la red social. ¿Cómo se pueden llamar decoloniales a estos contenidos y qué efectos pueden tener? En busca de esta respuesta, se utilizan técnicas contenidas en el campo de la etnografía digital y el dispositivo analítico de Cárton (2017), exponiendo cómo circularon las etiquetas #OndeestãoBrunoeDom y #JustiçaporBrunoeDom en junio de 2022. Se concluye que las etiquetas estaban en oposición a la Patrones cognitivos recurrentes con los que se aborda la Amazonía a nivel nacional en los medios web, especialmente en @portalg1, tomados como ejemplo de acción hegemónica.

**PALABRAS CLAVE:** *Mediatización; Amazonas; Circulación; Hashtags; Instagram.*

Submetido em 22 de agosto de 2022

Aceito em 28 de junho de 2023

## Introdução

Em 2022, um importante acontecimento na Amazônia brasileira chamou atenção da opinião pública: o desaparecimento e conseqüente assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista britânico Dom Phillips, na região de demarcação de terra indígena denominada Vale do Javari. A partir deste caso, surge um importante fato a ser destacado. Segundo dados do relatório da organização internacional *Global Witness* (Hines, 2022), o Brasil é um dos países onde mais se mata ativistas ambientais no mundo, sendo que mais de 70% dos assassinatos acontecem na Amazônia.

Na busca por analisar criticamente esse fato e os discursos ambientalistas que repercutem ou deixam de repercutir na mídia nacional e internacional, devido à morte de ativistas, dentre os quais jornalistas, o presente artigo trabalha com uma perspectiva decolonial (Quijano, 2007; Mignolo, 2020). Observamos que a narrativa de conservação e/ou de denúncia de crimes ambientais contesta ou está em contraposição à colonialidade, ou seja, a lógica de poder que perpetua o pensar e agir colonialista (Quijano, 2007).

Ao observarmos o surgimento de uma série de iniciativas midiáticas digitais — a exemplo do agenciamento de informações por perfis de caráter contra hegemônicos em redes sociais — vimos ser evidenciado, entre outros fatos, que, além de floresta, a região amazônica possui povos, áreas urbanas e realidades carentes de um olhar que suplante a exploração econômica em favor da proteção ambiental de suas riquezas naturais.

Neste artigo, chamamos de “amazônida”<sup>1</sup> tudo o que provém da Amazônia. Por isso, pressupomos, que há nas redes sociais não apenas versões dominantes, mas também manifestações dedicadas à decolonialidade de pensamento sobre a maior reserva de biodiversidade do planeta. Relações comunicacionais que denominamos de midiatização da resistência amazônida, ou seja, que geram contra-discursos, os quais se originam na região e dela ascendem para espaços midiáticos e midiatizados.

Segundo o “Mapa do jornalismo independente: um projeto da Agência Pública” (O Mapa..., s.d.), tais ações estão ligadas, principalmente, a associações coletivas de mídia alternativa, organizações/entidades ambientalistas, de povos indígenas ou do terceiro setor. Ou seja, polos

---

<sup>1</sup> Regionalmente, usa-se o termo “amazônida” como adjetivo para descrever o que é “particular ou característico da Amazônia (floresta)”. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/amazonida/>>. Acesso em: 31 jul. 2022.

de emissão de enunciações que suscitam debates e influenciam a agenda pública sem a necessidade de lucrar com eles.

Além disso, nas últimas décadas, assistimos a um *boom* da abordagem ambiental na mídia massiva tradicional e hegemônica também em decorrência de fatos como as mudanças climáticas, quando movimentos globais contestam, por exemplo, o desmatamento e as queimadas ocorridas na Amazônia, relacionando-os ao aquecimento planetário ou a outros fenômenos que atingem a totalidade da população mundial. Estudiosos do tema identificam que esse *boom* vem acompanhando o crescimento do movimento ambientalista e a própria consolidação do jornalismo ambiental no Brasil (Misse Filho; Loose, 2020), que caminham lado a lado. Entendemos que esse destaque à pauta ambiental se dá, em grande parte, devido à colaboratividade na produção de conteúdo possibilitada pelos meios de mídia digital.

Assim, trabalhamos com a hipótese de que os conteúdos encontrados nas *hashtags* que buscaremos analisar contrapuseram os padrões cognitivos recorrentes com os quais a Amazônia é abordada nos meios de comunicação nacionais.

Tomando como referência o perfil do portal *G1* no *Instagram* (@portalg1<sup>2</sup>), gerenciado pelo conglomerado Globo, chamamos atenção sobre a cultura de “desimportância” (Loureiro, 2022) — prerrogativa deste canal de mídia — que se sobressai internamente entre as regiões brasileiras e todas as vezes em que o Norte aparece nos principais noticiários do país.

Nosso objetivo, portanto, é caracterizar o discurso de mídia sobre a Amazônia para, em seguida, refletir sobre a midiatização (Verón, 2013; Hjarvard, 2013; Lundby, 2014; Sodré, 2021) da resistência amazônida a esse mesmo discurso, na medida em que, com as possibilidades de intera o e rea o oferecidas pelas plataformas digitais, o polo receptor das mensagens constitui, também, um polo produtor de versões e opiniões, fazendo circular (Fausto Neto, 2010; 2018) conteúdos contra-hegemônicos e construindo manifesta es decoloniais em contrapartida ao enquadramento midiático tradicional (Soares, 2009).

Para isso, utilizaremos técnicas da etnografia digital (Ferraz, 2019) e o dispositivo analítico de C rilon (2017) — baseado em Verón (2013) e sua perspectiva antropológica da midiatiza o — enquanto instrumento teórico-metodológico para dar conta das novas

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/portalg1/>>. Acesso em: 7 mar. 2023.

condições de circulação, principalmente as advindas do surgimento da Internet e de ações em redes sociais, já que as novas modalidades de circulação trazem à cena a produção de “amadores” capazes de constituir um coletivo de seguidores (Braga, 2017). Estes, por sua vez, também produzem e circulam suas vozes através de estratégias como mobilizações e posicionamento com *hashtags*, comentários, replicação e compartilhamentos de informações críticas.

Nesse contexto, chamaram nossa atenção as *tags* vinculadas ao caso de desaparecimento/assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista britânico Dom Phillips, interceptados em missão no Vale do Javari — extremo norte da Amazônia brasileira, em fronteira com países que integram a Amazônia Legal, a exemplo do Peru e da Colômbia —, em junho de 2022. As *tags* são: #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom, utilizadas tanto por usuários(as) do *Instagram* de modo geral quanto por perfis oficiais de ativismo ambiental e/ou de mídia alternativa, a exemplo do *The Intercept Brasil* (@theinterceptbrasil)<sup>3</sup>, do *Mídia Índia-Oficial* (@mídiaindiaoficial<sup>4</sup>) ou ainda da Organização para Preservação Ambiental Uma Gota no Oceano (@umagotanooceano<sup>5</sup>), conforme explicitaremos adiante.

Apontaremos ainda como se constitui o *ethos* midiático (Sodré, 2002) da Amazônia no *bios* virtual/midiático do contexto contemporâneo (Sodré, 2021), localizando o papel desempenhado por algumas das referidas *tags* enquanto reveladoras da dimensão questionadora sobre o discurso dominante e, por isso, características da circulação de sentido que é típica à sociedade atual hipermidiatizada (Benkler, 2006). Utilizaremos a Teoria Fundamentada, de Fragoso, Recuero e Amaral (2015) para selecionar as postagens dentro do escopo das *tags* analisadas que melhor se adaptam ao propósito da pesquisa, ou seja, sem pré-determinar perfis específicos de usuários(as) do *Instagram*.

A escolha por essas *tags* se dá em função do caso em questão ter mobilizado diversos atores e grupos sociais — indígenas, influenciadores digitais, celebridades, líderes e associações do terceiro setor, ambientalistas etc., além de instituições como a União dos Povos Indígenas do

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/theinterceptbrasil/>>. Acesso em: 17 abr. 2023.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/midiaindiaoficial/>>. Acesso em: 17 abr. 2023.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/umagotanooceano/>>. Acesso em: 17 abr. 2023.

Vale do Javari (UNIVAJA), a Fundação Nacional do Índio (Funai), o Governo Federal, embaixadas internacionais, movimentos sociais e a sociedade civil conectada.

Assim, iniciaremos apresentando a caracterização do discurso de mídia massiva tradicional sobre a região amazônica e seus padrões de recorrência. Nesse panorama, abordaremos a circulação do discurso de resistência à perspectiva colonial da mídia por parte do público e do circuito alternativo de informações, a partir da noção de colaboratividade na produção de conteúdos, facilitada na ambiência digital pelos recursos da hipermídia. Em sequência, empreenderemos a análise de midiatização da Amazônia, tendo em vista o papel desempenhado pelas *hashtags* #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom no fomento à produção de discursos decoloniais.

### 1. O discurso de mídia sobre a Amazônia

Ao refletirmos criticamente as pautas sobre a região amazônica, as quais recorrentemente estão presentes na imprensa de grande circulação, observamos que dificilmente as coberturas desvendam situações que expõem as marcas da herança de pensamento reveladoras das feridas da colonização em nosso país. Os discursos circulantes a respeito da Amazônia na mídia massiva, de um modo geral, não são novos, mas reconfigurados em torno de velhos estereótipos sustentados pela própria mídia e pela mentalidade dominante vigente (Dutra, 2009). Esse pensamento também é reprodutor de ideologias que levam a práticas de colonização internas (Loureiro, 2022), e, historicamente, colocam a região em uma posição de atraso socioeconômico, subentendendo-a como subalterna e/ou subdesenvolvida.

Dutra (2009) e Amaral Filho (2016) vêm, ao longo de suas investigações, apontando o quanto a Amazônia e seus grupos sociais, tanto nos textos da crônica colonial como nos textos contemporâneos da mídia, permanecem desfocados em razão de um afã regional de integrar a esfera global *versus* o olhar local, que, historicamente, é enviesado pelo ponto de vista da colonização de exploração.

Dutra menciona, inclusive, a construção por parte da mídia de uma significância de recursos na Amazônia em contrapartida à insignificância humana, uma vez que “as noções estereotipadas que operam a invisibilidade histórica e social de índios, negros e os chamados povos da floresta”, se descobrem nas matrizes do discurso colonial, as quais reproduzem “uma

visão de tempos e de histórias” (Dutra, 2009, p. 12). Essa polarização instituída por práticas discursivas estabelece uma lógica dicotômica que dá visibilidade às riquezas e, no mesmo processo, promove a invisibilidade dos grupos sociais locais.

Já Amaral Filho (2016, p. 18) aborda a lógica do mercado que domina a narrativa midiática, inclusive na produção sobre a Amazônia, “formando um corpo próprio dessa narrativa pelo espetáculo, ou melhor, pela exploração do espetáculo e pela linguagem espetacular como imagem recambiável para todos os suportes de comunicação próprios da contemporaneidade”. Nesse espaço, a “Marca Amazônia” é oferecida como “uma produção conduzida a partir de uma espécie de conscientização ambiental e empresarial em que o meio ambiente aparece como mais uma mercadoria” (Amaral Filho, 2016, p. 38). E complementa:

A imagem da Amazônia, como uma marca, é construída a partir de estereótipos genéricos, como floresta, rios, bichos, índios que estão no imaginário universal e que se juntam a outros de um imaginário popular representado no imaginário mítico (...) como um inventário simplificado da ciência, em que se apresentam a biodiversidade, o manejo florestal e o desenvolvimento sustentável, entre tantos outros (Amaral Filho, 2016, p. 41).

Apreendemos, portanto, que a grande mídia, de modo geral, está condicionada a uma visão colonizadora que destina ao Norte o estereótipo do exótico ou reserva natural a ser explorada para o benefício do restante do país (Mansuêto, 2011).

Quando o assunto é Amazônia e/ou meio ambiente, em muitos casos vemos a imprensa brasileira atuando de forma publicitária ou com cobertura editorial de nicho, quiçá exclusivamente regionalizada (Steigleder, 2021; Misse Filho; Loose, 2020). Em âmbito global, a abordagem midiática sobre a região nos remete a uma sensação permanente de redescoberta, espanto, distanciamento, encanto e estranhamento, ao mesmo tempo indispensável para solução de problemas planetários, como a fome, a crise climática etc. (Dutra, 2009).

Com a introdução e o papel desempenhado pelas plataformas digitais na constituição da esfera pública conectada atual (Benkler, 2006), fica mais evidente a importância que as mídias ganham na produção e circulação de informações e manifestações sociais. Para Benkler, a internet possibilita a circulação de novas vozes, informações e pontos de vista, o que também potencializa a livre expressão de opinião e um ambiente mais propício à democracia. Além disso, destacamos o momento em que passa a ocorrer um entrelaçamento mais explícito entre o uso



de interfaces/aparatos tecnológicos com a vida social humana. Isso nos leva à contextualização do conceito de midiaticização da sociedade, conforme veremos a seguir.

## 2. Para entender a midiaticização

Tendo em vista o conceito gramsciano de hegemonia (Gramsci, 2006), segundo o qual a dominação ideológica de uma classe social se sobrepõe a outra, mais especificamente da burguesia sobre o proletariado, atentamos ao fato de que os fenômenos da midiaticização (Hjarvard, 2013) nos diversos campos sociais se aproximam do que propomos a respeito da decolonialidade (Quijano, 2007; Mignolo, 2020).

Assim, na contemporaneidade, entendemos que usuários de redes sociais podem, agora, se contrapor ou trazer a público mais fatos ou eventos comumente não enquadrados pela mídia tradicional (Soares, 2009) e, por isso, hegemônica, uma vez que esta atende aos interesses das classes dominantes e/ou ao mercado. Portanto, temos neste cenário um entrelaçamento entre culturas que envolve a popular e a de massa, bem como as culturas de oposição, decoloniais.

Essa hibridização de representações oferece, a partir de uma ordem não hegemônica, uma “natureza dialógica que se amplia para uma cultura de participação e colaboração no espaço público conectado como forma de produção” (Amaral Filho, 2016, p. 43). Dinâmica que fragiliza um “poder” antes tido como exclusivo da mídia tradicional na possibilidade e na capacidade de ofertar temas — sob seus próprios enquadramentos — que se tornariam (ou não) assuntos de interesse dos receptores “dentro do pressuposto de que grande parte das percepções que as pessoas têm da realidade social lhes é fornecida pela mídia” (Dutra, 2009, p. 30).

Segundo Hjarvard (2013, p. 14), no contexto da midiaticização, há um *modus operandi* próprio da mídia, e, outro, em que usuários se conformam como instância de produção de conteúdo e “não sucumbem aos discursos hegemônicos dos textos midiáticos, mas o interpretam de forma crítica, em conformidade com sua formação cultural e social”. Nessa direção, nosso olhar privilegia a participação das audiências e a circulação de conteúdos por elas gerados em pautas suscitadas na esfera pública por meio do *Instagram*.

Se antes a formação da opinião pública estava relacionada ao que se representava de forma indireta nos noticiários, a exemplo do que dizia a Teoria do Agendamento (McCombs; Shaw, 1972), com o surgimento da mídia eletrônica e da cibernética, emerge mais um elo de



ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos no imaginário social: para além da denominada mídia tradicional, agora, as redes sociais e os chamados influenciadores (celebridades, autoridades, analistas, ativistas, dentre outros) também entram em cena como polos responsáveis pela construção de consensos e dissensos entre sociedade e mídia. Tais polos oferecem interpretações requalificadas e redistribuídas em novos fluxos e circuitos (Braga, 2017) tidas como predominantes na esfera pública.

Verón (2013) já vinha apontando a “revolução” causada pelas formas de sociabilidades advindas da Internet, a qual atravessa os campos econômico, tecnológico, político, social e cultural, gerando uma aceleração do tempo histórico a partir da materialidade, do alcance e da aplicação das redes telemáticas. Para o autor, “o que produz a rede é uma transformação profunda na relação dos atores individuais (sistemas socioindividuais) com os fenômenos midiáticos” (Verón, 2013, p. 279). Assim, a digitalização e a ambiência da web alteram fortemente as condições de circulação de informações e opiniões no âmbito social.

O que queremos destacar é que, atualmente, as redes sociais forjam o vínculo por meio do qual diferentes instituições (corporações, tribunais, família, terceiro setor etc.) manifestam-se nos campos afetivo, factual e normativo. Nessa dinâmica, são engendrados paradoxos e complexidades, como as polêmicas que envolvem o algoritmo<sup>6</sup>. Vale ressaltar que, com os dispositivos móveis e a introdução das mídias de rede social na realidade coletiva, as plataformas on-line passam a ser o palco onde se encena o social (Couldry; Hepp, 2017).

Para Couldry e Hepp (2017), as plataformas digitais vêm responder a necessidades humanas fundamentais de conexão que, podemos dizer, se exacerbaram globalmente quando do período pandêmico da Covid-19, perdurando até a atualidade. Do que decorre o papel fundamental de atores sociais conectados e de determinadas “constelações de atores” na conexão de diferentes redes, o que os autores chamam de “figurações”<sup>7</sup>, próprias da ambiência digital, sendo possível ainda a ocorrência de “figurações de figurações”, em que podem atuar “atores coletivos (ou coletividades) com intensos padrões compartilhados de interpretação, como nos movimentos sociais; e atores corporativos (ou organizações), como empresas,

<sup>6</sup> Base do processo de desenvolvimento de *softwares* que gera uma grande quantidade de dados, armazenada segundo a perspectiva de *Big Data*, no sentido de tentar prever perfis, estilos de vida e hábitos de consumo de usuários da Internet.

<sup>7</sup> Noção muito cara aos estudos de Norbert Elias (1980), no qual os autores se inspiram para desenvolver suas reflexões neste livro *The mediated construction of reality* (2017).

autoridades públicas etc.” (Couldry; Hepp, 2017, p. 43), que usam a mídia para construir agências comuns, seja por meio de comunicação compartilhada via plataformas digitais seja via processos organizacionais.

É nesse cenário que ganha destaque a circulação enquanto circuito de *feedbacks* de influência mútua entre diversos campos e públicos, conforme se debruça Fausto Neto (2018), na esteira de pensamento de Verón (2013). No contexto desses entrelaçamentos, se daria uma atividade de produção de sentidos fundada em “feixes de relações”, com lógicas e gramáticas específicas. Nas palavras do autor: “uma arquitetura comunicacional em que a midiaticização vai dando nova conformação à organização social e ao seu funcionamento, gerando mutações e condições de circulação de sentidos” (Fausto Neto, 2018, p. 15), enquanto efeito intenso da transformação dos meios pelas tecnologias.

### 3. A midiaticização da resistência amazônica no *Instagram*

Na contemporaneidade, o *bios* virtual em torno da Amazônia, como bem nos impele a pensar Sodré (2021), a partir do entendimento de uma “sociedade incivil”, se forma a partir do enfraquecimento das instituições quanto à mediação das causas socioeconômicas, culturais e ambientais vivenciadas na região, as quais, muitas vezes, não são abordadas ou são transmitidas sem aprofundamento pela grande mídia, ou seja, a mídia hegemônica. Porém, também são reinterpretadas por determinados grupos sociais que agendam a esfera pública para resistir à superficialidade dos discursos midiáticos sobre a Amazônia no campo da circulação.

O atual *ethos* midiaticizado (Sodré, 2002) — modo de ser desse *bios* midiático (Sodré, 2021) enquanto forma virtual ou simulativa de vida — se dá por meio de uma tecnocultura em que, de um lado, paira a lógica de mercado (capital financeiro) e, de outro, a lógica da mídia (capital simbólico). Mediante essas lógicas, são formados os discursos sobre a Amazônia circulantes na esfera pública, gerando determinadas narrativas acerca da região que se dividem entre sociabilidades e performances protagonizadas ora por mídias oficiais e/ou independentes ora por consumidores, ora, ainda, por cidadãos.

É por isso que, nesse cenário, algumas vezes, surgem enquadramentos de contraposição (Soares, 2009), isto é, de resistência, que podem influenciar o recorte ou o tempo de visibilidade que tais discursividades recebem no polo da emissão e da recepção da comunicação. Nasce,

então, um lugar de fala digital alternativo ao da mídia tradicional, marcado pela disputa de poder para a detenção da opinião pública no sentido de agregar forças e, assim, garantir (ou buscar garantir) vez e voz para os mais distintos atores e assuntos da pauta nacional.

Na seara do que queremos analisar estão os processos comunicacionais da webmídia e da sociedade hiperconectada no *Instagram*, constituída por diversos atores — fabricantes e consumidores de informação (*prosumers*) — na medida em que dispõem de influência de disseminação e de participação propiciadas pelo universo on-line (Sá; Scolari, 2018).

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2016), o *Instagram* é a rede social que mais cresce no mundo, contando atualmente com mais de 500 milhões de contas. Destacamos, então, que a ação colaborativa na produção de conteúdos para a defesa da Amazônia nessa plataforma gera ações em rede que se aproveitam da conectividade para chamar atenção à degradação desta região e suas questões sociais, levando tais assuntos ao debate público.

No caso das *hashtags* #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom, além da mídia tradicional e as demais instituições envolvidas, entram em cena as organizações não governamentais, movimentos sociais e/ou de esquerda para a disputa de sentidos que integram os jogos enunciativos complexos no âmbito da discursividade social, isto é, na esfera da circulação.

Assim, consideramos a topologia comunicacional do *Instagram* capaz de gerar fluxos de informação que são próprios a esse novo formato da esfera pública interconectada. Esses novos fluxos informativos, a nosso ver, podem colocar no mesmo patamar de circulação os conteúdos produzidos por jornalistas, usuários da rede social e os chamados influenciadores, engajadores, colaboradores, colunistas, narrativistas, correspondentes etc.

A midiatização, portanto, reformula tais circuitos sociais para que ocorra a interação de campos especializados, “des-especializando-os”, conforme propõe Braga (2017, p. 49), na medida em que as lógicas do senso comum misturam-se aos do campo especializado. Este também implica em “procedimentos diversificados que se tornam viáveis no macroambiente do que antes podia ser referido genericamente como ‘os receptores’: recepção assíncrona dos meios massivos” (Braga, 2017, p. 50).

A seguir, no que diz respeito ao conteúdo relacionado às *hashtags* selecionadas, discutiremos “iniciativas a partir de diferentes lugares na sociedade; possibilidades crescentes de retrabalhar a produção recebida; produções alternativas com relação aos produtos canônicos; diversificação dos materiais que entram em circulação” (Braga, 2017, p. 50) etc. Esse percurso nos leva a observar a possibilidade de geração e publicização intencional de novas maneiras de organizar e situar informações midiáticas que confrontam o *status quo*. Do que compreendemos que o *Instagram*, apesar de estar na lógica dominante do mercado de ferramentas tecnológicas e fluxos informativos da contemporaneidade, também pode ser utilizado como meio para fazer circular contradiscursos e/ou discursos de resistência às classes, mídias e sistemas/mentalidades dominantes, hegemônicos.

#### 4. A diversidade ontológica netnográfica na análise da circulação das tags #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom

No início de junho de 2022, os meios de comunicação tradicionais massivos nacionais e internacionais começaram a noticiar o desaparecimento do indigenista Bruno Pereira e do jornalista Dom Phillips, já conhecidos no Brasil e no mundo pelo ativismo ambiental relacionado à Amazônia. Eles desapareceram em missão na localidade nomeada como Vale do Javari, uma das poucas em todo o Brasil onde ainda é possível encontrar povos indígenas de recente contato, além de populações tradicionais já catalogadas, bem como ribeirinhos e extrativistas.

Com a análise que empreendemos, buscamos demonstrar o papel fundamental da circulação de postagens e repostagens de matérias jornalísticas, bem como da opinião particular de usuários do *Instagram* na mudança e/ou abertura de perspectivas interpretativas sobre o caso em contrapartida à ofertada pelo perfil hegemônico do @portalg1, incluindo a decolonial. Em nossa perspectiva, tudo isso faz do aplicativo muito mais do que apenas um repositório de fotos com legendas ou memes<sup>8</sup>, mas também uma “rede de conhecimento”<sup>9</sup> na ambiência digital.

Para entender essa ambiência recorreremos à Ferraz (2019), que faz um apanhado teórico para expor que técnicas e recursos da etnografia tiveram que se adaptar, ao longo do tempo, ao

<sup>8</sup> Na linguagem da Internet, *cards* e/ou vídeos que visam o entretenimento por meio do humor.

<sup>9</sup> Disponível em: [https://open.spotify.com/episode/5p6NJHSsli0hbJhmtFbj6D?si=C9usmHoAQeuUoOQEMH\\_yRg](https://open.spotify.com/episode/5p6NJHSsli0hbJhmtFbj6D?si=C9usmHoAQeuUoOQEMH_yRg)>. Acesso em: 15 abr. 2023.

fenômeno digital, o que requer para os grupos representados em redes digitais o princípio da observação da sociedade. Dessa forma, “pela viabilidade da tecnologia, facilita-se os registros e recortes que podem ser salvos em pastas digitais para posteriores análises sobre as articulações, proporções e relações dos fatos sociais diagnosticados” (Ferraz, 2019, p. 49).

A partir das tecnologias digitais, portanto, podemos pensar sobre novas lógicas e práticas de análises para interpretação de dados, de modo que, contemporaneamente, a etnografia digital nos impele a “rever os significados transcritos e redesenhados em plataformas digitais” (Ferraz, 2019, p. 49). Para a autora, as novas demandas digitais de interação social repercutem a necessidade de um trabalho qualitativo dos dados, exigindo técnicas e protocolos culturais diferenciados para os estudos de interações sociais on-line por meio de coleta de dados, observação on-line, participante e/ou oculta, reconhecendo antropologicamente a existência de “nativos digitais” (Latour, 1994 *apud* Ferraz, 2019, p. 64).

Na seleção das postagens convenientes a essa análise (Fragoso; Recuero; Amaral, 2015), portanto, realizamos pesquisas pelas referidas *tags* no diretório de buscas do próprio *Instagram*, no qual encontramos indexadas mais de 100 publicações para a primeira, e, mais de 1.000 para a segunda *tag*. Realizamos observação on-line oculta, ou seja, quando o “pesquisador é integrante da comunidade, mas não se manifesta, lendo ocultamente os fenômenos sociais que vão se desenrolando nas redes sociais” (Skågeby, 2013 *apud* Ferraz, 2019, p. 61-62).

Já no perfil escolhido para ser analisado enquanto mídia hegemônica, a saber o @portalg1, encontramos apenas 18 postagens que remeteram ao caso no período de 6 a 18 de junho de 2022, quando da ocorrência do fato em tempo real e sua repercussão em meios de comunicação nacionais e internacionais.

Diante de tais dados digitalmente levantados, tomamos como base para este artigo o dispositivo analítico de Carlón (2017), para quem também as características da circulação na ambiência digital têm dimensões distintas e, até certo ponto, opostas às da tradicional comunicação massiva, ou seja, hegemônica. Nessa visada, as redes sociais constituem “lugares de enunciação que agora favorecem esses processos de circulação capazes de gerar fenômenos de produção de sentido que tendem a captar a atenção dos meios massivos” (Carlón, 2017, p. 28).

Segundo explica Carlón (2017, p. 29), fenômenos como os proporcionados pelas *hashtags* “permitem a circulação desde cima para baixo (dos meios massivos para as redes) e desde baixo para cima (das redes para os meios massivos), além de horizontal (entre pares em um mesmo sistema midiático)”, o que acaba por desencadear a discursividade global. Nesse ecossistema de rede, “enunciadores amadores afetam enunciadores profissionais e também as instituições” (Carlón, 2017, p. 31).

Ainda sobre o instrumento metodológico proposto, Carlón (2017, p. 35) explica considerar a dimensão temporal da circulação (diacrônica) com necessidade de identificar o estatuto inicial da circulação, isto é, se: (1) de cima para baixo; ou (2) de baixo para cima. O primeiro passo consiste em gerar uma linha do tempo e, a seguir, desenvolver aspectos mais amplos da circulação, definindo fases. As fases seguintes dos processos comunicacionais ambientados nas redes sociais se constituem a cada momento em que ocorrem as relações hipermediáticas.

Para o autor (Carlón, 2017), nas circulações hipermediáticas, as trocas se dão em três níveis: (1) na midiatização; (2) na direção comunicacional (ascendente, horizontal ou descendente); (3) no estatuto do enunciador, em que figuram meios massivos e coletivos sociais, além dos meios massivos digitais e coletivos midiatizados. Isso nos impele a uma investigação de rede, considerando uma dimensão espacial, em que momentos da circulação discursiva estabelecem zonas de posicionamento de distintos enunciadores (Carlón, 2017, p. 39), ora hegemônicos ora contra-hegemônicos e, portanto, decoloniais.

Acerca do caso que buscamos analisar, na expectativa de estabelecermos uma linha do tempo que revele o contexto de surgimento das primeiras notícias em meios massivos que envolveram os dois ativistas, identificamos que estas são datadas do dia 6 de junho, enquanto que o desaparecimento de ambos, na região amazônica, teria ocorrido desde o dia 4. Isso já salienta um determinado atraso entre o que acontece na Amazônia e o que chega aos discursos da mídia nacional (aqui tomando como exemplo o @portalg1).

Na dinâmica dessa pauta no *Instagram*, o que marca o estatuto inicial desse caso é a participação de um coletivo indígena, que é quem alerta a mídia sobre o acontecimento por meio da ambiência digital. A União dos Povos Indígenas do Vale do Javari (UNIVAJA) utilizou seu perfil

@univajaoficial<sup>10</sup> no *Instagram* para chamar atenção dos meios de comunicação através da publicação de uma nota direcionada à imprensa nacional em seu perfil público<sup>11</sup>.

Neste momento, já percebemos uma movimentação que ocorre de forma ascendente/horizontal, começando no sistema de midiatização com foco nas redes telefônicas e na Internet para então chegar aos meios massivos e, destes, para outros meios, por isso horizontal. Trata-se, pois, de uma dinâmica intra-sistêmica, já que envolveu coletivos midiatizados e meios massivos digitais. A partir dessa primeira denúncia que surge no espaço

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/univajaoficial/>>. Acesso em: 17 abr. 2023.

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CeeOAtkueKU/>>. Acesso em: 6 jun. 2022.



público conectado, as notícias decorrentes do caso passam a estampar os meios massivos tradicionais e, deles, voltam para as redes, em um fluxo descendente/horizontal.

Mas, por que tomamos como exemplo de mídia massiva digital o perfil do *Instagram* vinculado ao *G1*? Pertencente ao conglomerado Globo de comunicação, o *G1* é um dos um dos portais de webmídia de maior audiência no Brasil, segundo estudos realizados em 2021<sup>12</sup>.

A primeira postagem sobre o caso analisado, no @portalg1, foi a seguinte (Fig. 1):

**Figura 1 – Publicação no @portalg1**



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CeeA6kAsRli/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>

Entre essa notícia do portal da Globo — que creditou a denúncia à UNIVAJA, conforme estampado na manchete — e a próxima referente ao caso, no @portalg1, há um intervalo de dois dias.

<sup>12</sup> Disponível em <<https://www.comscore.com/por/>>. Acesso em 10 nov. 2021.

A chamada subsequente está relacionada à prisão do suspeito de um possível crime envolvendo os dois desaparecidos, como se vê na Figura 2:

Figura 2 – Publicação no @portalg1



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Cei2o5kNuz8/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>

Pela chamada, percebemos que o portal *G1* está apenas transmitindo informações, sem analisá-las ou apurá-las a fundo.

Segundo Misse Filho e Loose (2020), ao discorrerem sobre diferentes correntes ou abordagens do pensamento ecológico, acompanhando o movimento ambientalista e a própria consolidação do jornalismo ambiental no Brasil, até antes da realização da Eco-92<sup>13</sup>, no Rio de Janeiro, a ideia de jornalismo ambiental limitava-se a matérias sobre a natureza de modo geral, sem grandes aprofundamentos. Para os autores, o caráter transversal da pauta ambiental, englobando questões políticas, sociais, econômicas e culturais, “ganha força gradualmente a partir dos anos 1970, justamente com a visibilidade dos movimentos ambientalistas no mundo”

<sup>13</sup> Primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.

(Misse Filho; Loose, 2020, p.44-45). E atestam: “a consolidação dessa especialidade jornalística é lenta e repleta de lacunas, existindo momentos de silenciamento e dependendo muito do engajamento individual dos jornalistas” (Misse Filho; Loose, 2020, p.44-45).

Além disso, sobre esse nicho jornalístico em especial, complementam:

Pesquisadores identificam, nas notícias [ambientais], características como: o olhar fragmentado e distante de uma análise sistêmica e de sua visão interdisciplinar, a despolitização do debate e a espetacularização da tragédia ambiental. O Jornalismo Ambiental se ressenteste desta perspectiva acrítica de veículos e jornalistas, que contempla as questões ambientais a partir de fatos isolados, de acidentes ambientais espetaculares, como os tsunamis, os vazamentos de óleo na Baía de Guanabara, matança de indígenas, incêndios incontroláveis de reservas florestais ou aniquilamento em massa da fauna (focas, pinguins, peixes, etc.) (Misse Filho; Loose, 2020, p. 46).

Portanto, somente o enquadramento a respeito da prisão do suspeito de sequestro/assassinato de Bruno e Dom não foi o suficiente para concluir as enunciações sobre o assunto, já que as duas vítimas continuavam desaparecidas. Por isso, familiares dos desaparecidos e audiências do *Instagram* exigiram respostas e o andamento das investigações: afinal, o que estava acontecendo nos recônditos da floresta?

É nesse momento que passamos a identificar as fases subsequentes a esse processo comunicacional ambientado no *Instagram*.

A segunda fase do processo inicia-se quando começam a ser produzidos na rede social conteúdos indexados com a *tag* #OndeestãoBrunoeDom, na tentativa de pressionar a imprensa e as autoridades nacionais a darem mais atenção e visibilidade ao caso e às buscas dos desaparecidos e/ou de seus corpos, caso realmente não estivessem mais vivos. As postagens são de diversas origens, incluindo usuários comuns, bem como perfis de movimentos socioambientalistas e de organizações/associações indígenas/indigenistas.

A partir dessa movimentação, o portal *G1* “reage” com, pelo menos, uma publicação por dia sobre o caso no seu perfil do *Instagram*. No entanto, avaliamos que esse fluxo ainda é

insuficiente para as audiências, uma vez que a sociedade continuou a pressionar governo e Polícia Federal sobre o desenrolar do caso.

Entre a prisão do suspeito, em 8 de junho, e a publicação<sup>14</sup> em que anunciam terem sido encontrados os pertences das vítimas no local em que desapareceram, em 12 de junho, houve um intervalo de quatro dias. A informação principal da postagem é sobre terem encontrado os pertences dos desaparecidos, enquanto todos queriam saber: #OndeestãoBrunoeDom?

No dia seguinte, o @portalg1 anuncia a morte dos dois desaparecidos<sup>15</sup>. Porém sem a devida checagem das informações, visto que, após publicado no *Instagram*, a postagem foi atualizada com correções, “desmentida” que fora pela Univaja<sup>16</sup> e demais envolvidos nas buscas.

A informação da Globo taxada como “urgente”, conforme é destacado no perfil do *G1*, fora prestada pela “mulher de Dom Phillips”, com informações creditadas à embaixada britânica no Brasil. O *G1* se coloca, portanto, apenas como reprodutor do discurso em terceira pessoa. Mas é aí que a circulação de informações sobre o assunto começa a ampliar a rede de enunciadores envolvidos, o que corresponde à terceira fase do processo comunicacional em questão.

A confusão sobre a veracidade dessa notícia teria partido de um tuíte feito pelo jornalista André Trigueiro (2022), da Globo, após uma informação vinda da viúva de Dom Phillips dizendo ter sido informada da morte do marido pela embaixada da Inglaterra no Brasil. Trigueiro se corrige no *Twitter*, mas, disso, resultaram publicações de comoção na rede em que perfis ativistas alertavam a quem quisesse acompanhar os fatos sem perigo de mergulhar em *fake news* que acessassem o perfil @univajaoficial para informações e boletins oficiais<sup>17</sup>.

Com a demora no resultado das buscas e o desencontro de informações sobre o caso, entrou em cena o jornalismo contra-hegemônico (fase 4), chamando atenção ao papel que deveria ter sido desempenhado na continuidade das investigações por instituições como o Governo Federal, a Justiça e a Polícia Federal, bem como a Fundação Nacional do Índio (Funai), à qual o indigenista Bruno Pereira era vinculado. Ou seja, neste momento, envolveram-se as

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CeuS54Pg1j7/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>>. Acesso em: 14 abr. 2023.

<sup>15</sup> Publicação disponível em: <[https://www.instagram.com/p/CevraXisvLh/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CevraXisvLh/?utm_source=ig_web_copy_link)>. Acesso em: 14 abr. 2023.

<sup>16</sup> Conforme publicação disponível em: <[https://www.instagram.com/p/Cetum26OKSm/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cetum26OKSm/?utm_source=ig_web_copy_link)>. Acesso em: 14 abr. 2023.

<sup>17</sup> Exemplo de boletim no perfil @univajaoficial. Disponível em:

<[https://www.instagram.com/p/CefHU\\_SNjsN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CefHU_SNjsN/?utm_source=ig_web_copy_link)>. Acesso em: 15 abr. 2023.

instituições sociais oficiais. É o que se revela com a abordagem sobre o caso (Fig. 3) feita no dia 13 de junho de 2022, no *Instagram*, pelo @theinterceptbrasil, perfil que se autodefine como agência praticante de um “jornalismo destemido e sem amarras”:

**Figura 3 – Publicação no perfil @theinterceptbrasil**



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CexBCuitMMw/>

A Funai, por não ser ativa no *Instagram* (vide o perfil @gov\_funai<sup>18</sup>) respondeu à publicação com uma nota oficial em seu site<sup>19</sup>. A nota, segundo opiniões públicas e judiciais (Entidade..., 2022), trouxe conteúdos difamatórios a respeito das vítimas e de indígenas, conteúdos esses que foram contestados pela UNIVAJA em seu perfil oficial. O @univajaoficial continuou postando informes sobre o caso diretamente no *Instagram*, sem a mediação de meios tradicionais, colocando-se no protagonismo enquanto porta-voz das informações sobre o caso.

Na sequência, a Justiça Federal determinou a retirada da nota pública do site da Funai por considerar inverídicas as afirmações de que o indigenista Bruno Pereira não tinha autorização para entrar na Terra Indígena Vale do Javari, na Amazônia, e determinou ainda que a Funai

<sup>18</sup> Disponível em: <[https://www.instagram.com/gov\\_funai/](https://www.instagram.com/gov_funai/)>. Acesso em: 18 jul. 2022.

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.gov.br/funai/pt-br>>. Acesso em: 14 abr. 2022.



evitasse "atos tendentes a desacreditar a trajetória" do indigenista e do jornalista desaparecidos (Bomfim; Caramori, 2022).

No dia 15 de julho de 2022, o @portalg1 noticiou<sup>20</sup> que os suspeitos já presos confessaram o assassinato de ambos os desaparecidos, apontando o paradeiro dos corpos das vítimas à Polícia Federal. A esse contexto, usuários do *Instagram* reagiram com comentários publicados na própria postagem do @portalg1, manifestando frases — seguidas ou não das palavras-chave desta pesquisa — como as reproduzidas a seguir:

@lucasogera: Um dia triste para o Brasil, a democracia e os defensores dos direitos humanos e do meio ambiente. Bruno Pereira e Dom Phillips foram assassinados com requintes de crueldade por defenderem a floresta. A barbárie, infelizmente, é incentivada e legitimada no Brasil, a começar pelo presidente da República

@lilismelo: Muito cara de laranja

@du.edu.du: Que mentira. Queremos os mandantes, os chefes do crime.

@anamoreira1386: Quando a justiça quer e é pressionada ela pega.

@glaucilaineferreira: Novos Chico Mendes...

@luanmaiaart: e quem mandou matar? ou ficará sem resposta como o caso Marielle?

@hellen.socorro: E o resto da quadrilha? Inclusive os mandantes? Tem muita gente grande envolvida nessa história!<sup>21</sup>

A partir de então, surgiu a *hashtag*: #JustiçaporBrunoeDom, presente em postagens de celebridades, influenciadores, ambientalistas, representantes do terceiro setor, movimentos indígenas/indigenistas, mídia alternativa no *Instagram*, usuários ou *instagrammers*<sup>22</sup>, que se manifestaram em rede, no que configuramos como a fase 5 da nossa análise. Em seguida, também servidores da Funai começaram a trazer opiniões, versões e experiências por meio do circuito alternativo de mídia conectada no *Instagram* (fase 6).

Além disso, houve a circulação de falas ilustrando publicações de demais perfis de resistência ou de nicho ambiental, os quais, diferentemente do @portalg1, buscaram abordar a pauta sob um olhar mais amplo e aprofundado. Em algumas dessas publicações, observamos o resgate de questões sociopolíticas, econômicas e culturais que poderiam estar envolvidas no conflito que resultou no desaparecimento das vítimas e posterior imbróglio gerado na esfera pública conectada em decorrência das investigações e das buscas. Isso é mostrado na postagem

<sup>20</sup> Publicação disponível em: <https://www.instagram.com/p/Ce1jFsKLxcx/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>. Acesso em: 15 abr. 2023.

<sup>21</sup> Todos disponíveis em: <https://www.instagram.com/p/Ce1jFsKLxcx/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>. Acesso em: 15 abr. 2023.

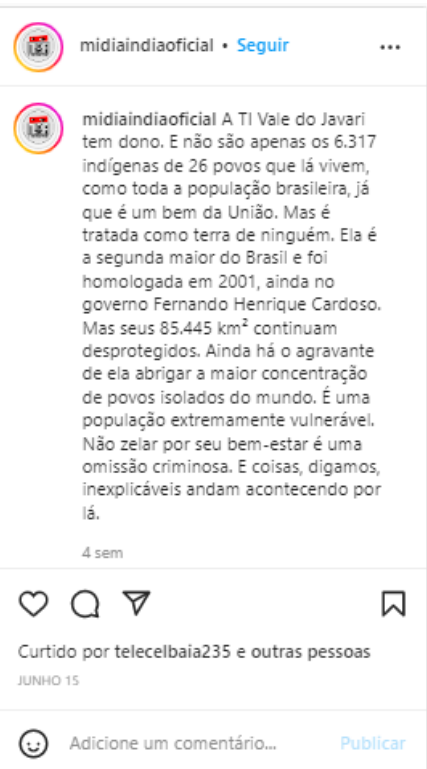
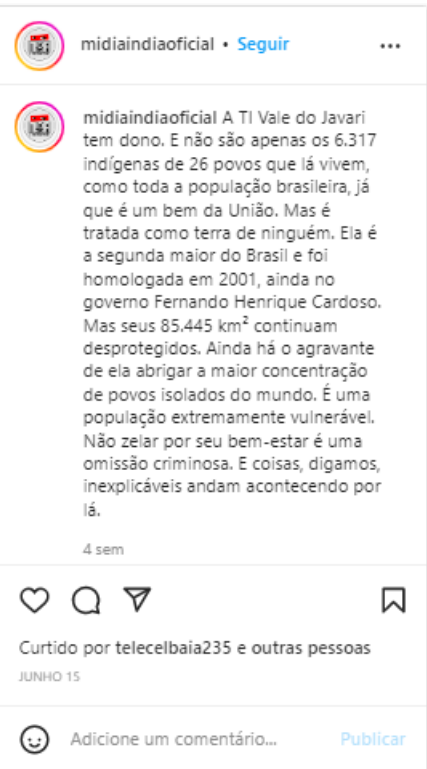
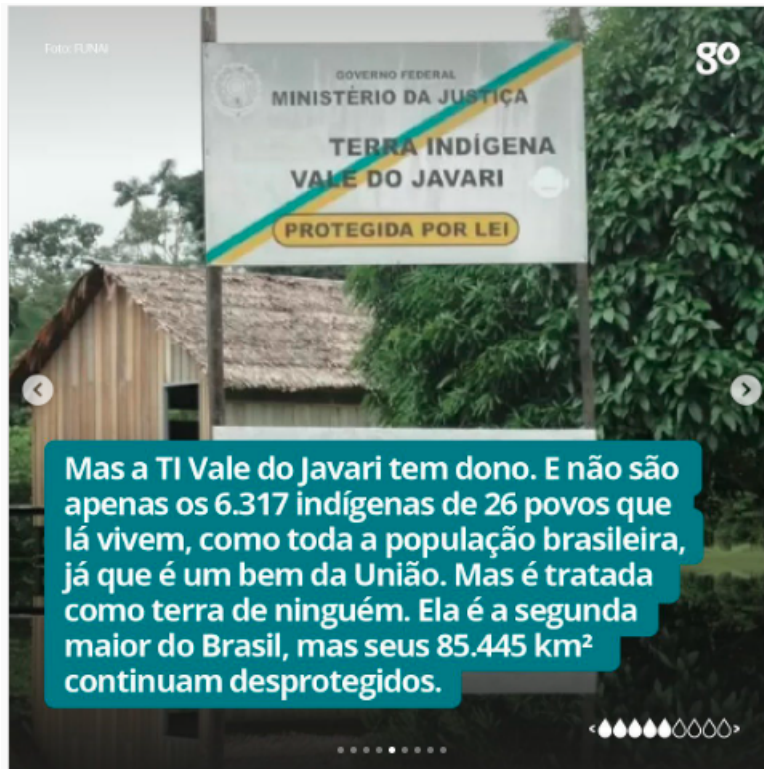
<sup>22</sup> Pela tradução livre do inglês, *instagrammer* significa qualquer usuário do aplicativo.

carrossel reproduzida abaixo, oriunda do perfil @umagotanooceano, repostada pela @midiaindiaoficial (Fig. 4):

**Figura 4** – Captura de tela dos frames 3, 5 e 8 da publicação em carrossel do perfil @umagotanooceano, repostado por @midiaindiaoficial







Fonte: <https://www.instagram.com/p/Ce1aPugFTio/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>

A repostagem implica a credibilização do conteúdo aos indígenas atuantes no jornalismo contra-hegemônico brasileiro. Estes ainda conclamaram a sociedade civil a participarem das mobilizações pela atenção nacional ao assunto, fossem elas presenciais ou digitais, e a exigirem o aprofundamento sobre o caso.

Após a identificação dos restos mortais encontrados e analisados oficialmente pelo Instituto de Criminalística, o @portalg1 ainda explorou por mais alguns dias a comoção da audiência, de familiares e amigos das vítimas. Encerrando, assim, seus próprios enquadramentos sobre o caso, como se a questão ambiental e de conflitos existentes na Amazônia também se encerrasse dessa forma e nesta única ocorrência — o que, como sabemos, não é compatível com o contexto histórico e nem contemporâneo da região.

Tendo sido encontrados os restos mortais das vítimas, a maior parte das publicações a respeito dos acontecimentos relacionados ao crime cessou em perfis da mídia comercial ao final de junho. Já as publicações via *tag* #JustiçaporBrunoeDom ainda permanecem em atualização na plataforma *Instagram*, com mais de 1.000 publicações públicas on-line disponíveis para livre acesso no diretório de pesquisas da plataforma.

Nesta análise, portanto, o perfil do *G1* enquanto representante de um meio massivo digital colocou-se no lugar de apenas transmitir e/ou simplesmente reproduzir informações sem aprofundá-las, ou realizar a devida averiguação dos dados. Em contrapartida, o protagonismo em definir o que merecia ou não a atenção da mídia nacional sobre o caso foi da UNIVAJA.

Seguindo as fases de como se deu esse processo comunicacional no *Instagram*, percebemos que a midiaticização do discurso de resistência amazônica resulta das múltiplas vozes e opiniões que constituem a circulação hipermediática no ciberespaço, que não partem de posições fixas nem têm origens pré-estabelecidas (Carlón, 2017, p. 43). Decorrem, na verdade, dos rumos que toma a discursividade social no espaço público conectado, marcado pela colaboração na produção de conteúdos entre indivíduos, amadores, celebridades e influenciadores, movimentos e coletivos de jornalismo contra-hegemônico. Esse processo

requer, segundo Carlón (2018), um olhar transversal de análise, já que, nas redes, múltiplos atores podem tornar-se enunciadores midiáticos.

### Considerações finais

Para realizar a análise que apresentamos neste artigo, partimos do entendimento de que o *Instagram* nos proporciona a oportunidade de imaginar, segundo os pressupostos da etnografia digital, novas maneiras de entender a circulação de informações, além de organizar e situar para consulta informações que confrontam o *status quo* do capitalismo de dados por meio das plataformas. Assim, tomamos como estudo de caso a circulação das *tags* #OndesestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom no *Instagram* para entender como se dá a midiatização da resistência amazônica ao discurso tradicional da mídia e à colonização interna empreendida no Brasil (Loureiro, 2022) em relação à Amazônia, utilizando o dispositivo analítico de Carlón (2017), no sentido de mapear todas as fases do processo comunicacional que se formaram em torno do fato do desaparecimento e assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista Dom Phillips, no Vale do Javari.

Observamos que o ativismo midiático pode fazer frente à mídia hegemônica. No caso em questão, proporcionou à sociedade, enquadres diferenciados a respeito do fato. Foram trazidas à tona questões relativas ao ativismo ambiental, bem como conferindo destaques não frequentes na pauta do jornalismo ambiental de massa, como conflitos sociais e atividades ilegais de exploração de recursos na Amazônia.

Portanto, consideramos os pontos de vista encontrados nos conteúdos indexados com as *tags* analisadas como decoloniais por trazerem consigo “a percepção de que vivemos uma crise ambiental global e/ou uma crise civilizatória, marcada por uma ideia de progresso infinito e sustentada pela hegemonia da racionalidade moderna” (Leff, 2016 *apud* Misse Filho; Loose, 2020, p. 16). Desse modo, a perspectiva decolonial faz emergir um pensamento ecológico diferenciado, este vindo desde as fronteiras do conhecimento (Mignolo, 2020), ou seja, do ponto de vista contra-hegemônico.

Junto ainda a Quijano (2007) e a Couldry e Mejias (2019) também podemos concluir que, mesmo tendo em mente que os efeitos do colonialismo continuam sendo sentidos nos dias atuais

— especialmente no caso brasileiro —, “os povos indígenas ainda hoje resistem à desapropriação, à invasão cultural e ao genocídio” (Couldry; Mejias, 2019, p. 10). Por isso, temos igualmente noção de que as dinâmicas de socialização proporcionadas pela ambiência digital enquanto espaço alternativo trazem para a agenda pública os discursos historicamente invisibilizados, por facilitarem a circulação de ideias “subalternas” (Mignolo, 2020), redistribuindo enfoques informacionais e projetando alternativas no que consiste em evidenciar os padrões de desigualdade e opressão.

A midiaticização dos discursos de resistência amazônica que aqui apresentamos nos mostra ainda que é possível utilizar o *Instagram* como meio para destacar anseios e receios da população no que se refere a desigualdades e injustiças sociais. Observamos, assim, a importância do ativismo digital fazendo frente às grandes mídias, embora se saiba que as redes sociais se relacionam simultaneamente com as pautas de movimentos sociais éticos e com outras agendas atravessadas por desinformação e *fake news*.

Portanto, no *Instagram*, o jornalismo ambiental e os enquadramentos noticiosos a respeito da Amazônia, além dos critérios padronizados de noticiabilidade (Traquina, 2004), podem agregar múltiplas vozes e mobilizar novos ângulos e conexões para (re)pensar e informar o meio ambiente.

A presença de movimentos sociais e de coletivos como os de indígenas nessa rede social pode gerar visibilidades nem sempre interessantes aos enquadramentos dos conglomerados de mídia no Brasil — como as do @portalg1, da Globo —, os quais, historicamente, estão atrelados às perspectivas hegemônicas.

Além disso, a participação em fluxos comunicacionais de grupos marginalizados na esfera pública, como as associações de indígenas, bem como o trabalho desempenhado pelo midiativismo contra-hegemônico na web auxiliam na criação de discursividades geradoras de mudanças efetivas nas formas de mentalidade dominantes.

Iniciativas como a mobilização digital por *hashtags* permitem que representações rotineiramente não problematizadas pelo senso comum, como as que denominamos decoloniais, cheguem a mais pessoas e espaços de discussão, publicizando pautas como a urgência da

proteção de terras indígenas frente à crescente exploração da floresta, esta, frequentemente apoiada por políticos e por parte da sociedade.

Finalmente, inferimos que as *tags* #OndeestãoBrunoeDom e #JustiçaporBrunoeDom contrapuseram os padrões cognitivos recorrentes com os quais a Amazônia é abordada nos meios de comunicação nacionais de webmídia massiva, pois trouxeram à tona a visibilização internacional do Brasil como um dos países onde mais se mata ativistas ambientais no mundo. Chamou-se a atenção internacional na formação de uma rede de enfrentamento à cobertura hegemônica que envolveram e envolvem o crime brutal contra esses dois defensores e estudiosos da região. Tal fato fez um alerta mundial: mais de 70% desses assassinatos acontecem justamente na Amazônia<sup>23</sup>, região marcada por conflitos de toda a ordem, desde a chegada do colonizador há mais de 500 anos.

Isto quer dizer que a sociedade civil hiperconectada e a mídia de circuito alternativo estão e devem permanecer vigilantes nos processos comunicativos plataformizados da contemporaneidade para cobrar do poder público o efetivo cumprimento das políticas ambientais e a manutenção da sociobiodiversidade no Brasil a partir da Amazônia. Do mesmo modo, reivindicar a dignidade de vida de povos indígenas, a preservação de recursos e benefícios advindos da conservação da floresta, além da segurança no trabalho para ambientalistas e profissionais de mídia que atuam na causa amazônica.

### Referências bibliográficas

AMARAL FILHO, O. *Marca Amazônia: o marketing da floresta*. Curitiba, PR: CRV, 2016.

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

BOMFIM, C.; CARAMORI, I. Justiça manda Funai evitar comentário negativo sobre desaparecidos no Amazonas. *G1*, 15 jun. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/15/justica-manda-funai-evitar-comentario-negativo-sobre-desaparecidos-no-am.ghtml>>. Acesso em: 17 jul. 2022.

BRAGA, J. L. Circulação & Circuitos: situações. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva – entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017, p. 49-64.

---

<sup>23</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/natureza/noticia/2021/09/12/7-entre-os-10-paises-com-mais-mortes-de-defensores-ambientais-e-da-terra-estao-na-america-latina-conheca-os-casos-do-brasil.ghtml>>, com base no Relatório da ONG *Global Witness*. Acesso em: 19 jul. 2022.



CARLÓN, M. La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (segunda apropiación de la Teoría de la Comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva – entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017, p. 25-48.

CARLÓN, M. Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal. Desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” (o como afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). pp. 28-47. In: CASTRO, Paulo César (org.). *Circulação discursiva e transformação da sociedade*. Maceió: EDUFAL, 2018.

CASTELLS, M. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

COULDRY, N.; HEPP, A. *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press, 2017.

COULDRY, N.; MEJIAS, U. *The costs of connection* (how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism). Stanford, Stanford University Press, 2019.

DUTRA, M. S. *A natureza da Mídia: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta*. São Paulo: Annablume, 2009.

ELIAS, Norbert. *Introdução à sociologia*. Lisboa: Edições 70, 1980.

ENTIDADE INDÍGENA DIZ QUE FUNAI TENTA DIFAMAR INDÍGENAS E DESAPARECIDOS. *Brasil de Fato*, 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/06/13/entidade-indigena-diz-que-funai-tenta-difamar-indigenas-edesaparecidos#:~:text=Em%20nota%2C%20afirmou%20que%20acionaria,institucional%20da%20aministra%C3%A7%C3%A3o%20da%20funda%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 20 jul. 2022.

FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação. *Alceu*, v. 10, n. 20, jan./jun. 2010, p. 55-69.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dez. 2018.

FERRAZ, C. P. A etnografia digital e os fundamentos da Antropologia para estudos em redes on-line. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo, v. 12, n. 35, jun.-set., 2019, p. 46-69.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

GRAMSCI, A. *Cadernos do cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

HINES, A. Década de resistência. In: *Relatório Global Witness* (online), set. 2022. Disponível em: <https://www.globalwitness.org/pt/decade-defiance-pt/>. Acesso em: 7 abr. 2023.

HJARVARD, S. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013.

LOUREIRO, V. R. P. *Amazônia: colônia do Brasil*. Manaus: Ed. Valer, 2022.

LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of communication* (Handbooks of Communication Science). Boston; Berlim: De Gruyter, 2014.

MANSUÊTO, L. Amazônia é vista pela mídia como intocável, afirma pesquisador. *Agência Fapeam*, 2011. Disponível em: <<http://www.fapeam.am.gov.br/amazonia-e-vista-pela-midia-como-intocavel-afirma-pesquisador/>>. Acesso em: 19 mar. 2021.

MISSE FILHO, M.; LOOSE, E. B. O pensamento ecológico na cobertura jornalística brasileira: o caso da Baía de Guanabara. *Revista Eco-Pós*, v. 23, n. 2, 2020, p. 33-58. Disponível em: <<https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i2.27516>>. Acesso em: 17 abr. 2023.

McCOMBS, M.; SHAW, D. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, 1972, p. 176-182.

MIGNOLO, W. *La idea de américa latina: la herida colonial y la opción decolonial*. Barcelona: Gedisa, 2020.

O MAPA DO JORNALISMO INDEPENDENTE: um projeto da Agência Pública. *Agência Pública*. Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 28 fev. 2023.

QUIJANO, A. Colonialidad del poder y clasificación social. In: CASTRO-GÓMEZ, S.; GROSFUGUEL, R. (orgs.). *El giro Decolonial*. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana/ Siglo del Hombre, 2007, p. 93-126.

SÁ, F. P.; SCOLARI, C. A. Ecologia dos meios de comunicação, alfabetização transmídia e redesign das interfaces. *Matrizes*, v. 12, n. 3, set./dez. 2018, p. 129-139.

SEBRAE. Instagram para empresas: 10 dicas para promover seu negócio, 05 out. 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/artigos/10-dicas-para-promover-o-seu-negocio-no-instagram,e11da535c0597510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 19 out. 2020.

SOARES, M. C. *Representações, jornalismo e a esfera pública democrática*. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SOBRAL, K. M.; RIBEIRO, E. C. S.. A concepção de hegemonia no pensamento de Antonio Gramsci. *Cadernos GPOSSHE*, Fortaleza, v. 3, n. 2, 2020. Disponível em: <<https://revistas.uece.br/index.php/CadernosdoGPOSSHE/issue/view/218>>. Acesso em: 7 mar. 2023.

SODRÉ, M. *Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, M. *Sociedade incivil*. Petrópolis: Vozes, 2021.

STEIGLEDER, D. G. Jornalismo ambiental: complexidade para ligar os pontos. *Observatório de Jornalismo Ambiental*, 15 fev. 2021. Disponível em: <<https://jornalismoemeioambiente.com/2021/02/15/jornalismo-ambiental-complexidade-para-ligar-os-pontos/>>. Acesso em: 16 fev. 2020.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo*. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TRIGUEIRO, A. Alessandra, mulher de Dom Phillips... 13 jun. 2022. Twitter. @Andretrig. Disponível em: <<https://twitter.com/andretrig/status/1536316006670417920>>. Acesso em: 17 jul. 2022.



VERÓN, Eliseo. *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.

---

**Jéssica de Souza Carneiro** – Universidade Federal do Pará – UFPA

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM), da Universidade Federal do Pará (UFPA), sob orientação do Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Júnior.  
E-mail: jessica.souza.jor@gmail.com

**Claudiane de Oliveira Carvalho** – Universidade Federal do Pará – UFPA

Professora da Faculdade de Comunicação da UFBA e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM/UFPA). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), com estágios de pós-doc dedicados aos estudos da midiatização e circulação dos discursos. É pesquisadora do Centro de Estudos e Pesquisa em Análise do Discurso e Mídia (CEPAD/PósCOM/UFBA) e do INCT IN TREE.  
E-mail: claudianecarvalho29@gmail.com

**Walter Teixeira Lima Júnior** – Universidade Federal do Pará – UFPA

Docente do PPGCOM UFPA e do Programa de Pós-graduação Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica, da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).  
E-mail: walter.lima@unifesp.br