

Influenciadores digitais e circulação de informações sobre a temática Covid-19: das plataformas de mídias sociais para jornais online¹

Sheila Virgínia de Almeida Bahia²
Ivanise Hilbig de Andrade³
Universidade Federal da Bahia – UFBA

Resumo

A profissão de influenciadores digitais foi reconhecida no Brasil como uma atividade que envolve gestão, produção de conteúdo e monitoramento nas plataformas de mídias sociais em sua relação com seguidores. Neste trabalho, busca-se analisar de que forma postagens de influenciadores circularam em jornais online durante a pandemia de Covid-19. Por meio de um estudo de caso e análise discursiva, pretendemos identificar como foram disseminados conteúdos sobre a pandemia nos principais jornais online brasileiros.

Palavra-chave: influenciadores digitais; jornais online; análise de discurso; covid-19.

Introdução

Os influenciadores digitais exercem uma profissão reconhecida no Brasil, tendo como característica central a utilização de suas habilidades para colocar em pauta ou omitir assuntos em circulação na sociedade, atuando em diversas plataformas (Karhawi, 2017). O período pandêmico em muitos países foi marcado pela disseminação de desinformações dentro e fora do ambiente digital (Global Digital, 2021). Observou-se também o aproveitamento, pelos jornais online, de conteúdos produzidos pelos influenciadores digitais, fazendo circular assuntos pautados por eles.

Assim, dando continuidade aos estudos de doutoramento no âmbito da comunicação e saúde, buscou-se compreender de que forma os influenciadores tiveram suas postagens disseminadas em jornais online brasileiros durante a pandemia de Covid-19. Para tanto, foram analisadas postagens sobre a pandemia, produzidas por dois megainfluenciadores digitais (Campbell; Farrell, 2020) brasileiros, Whindersson Nunes e Felipe Neto, e que foram colocadas em (re)circulação pelos principais jornais online brasileiros. A partir de busca no Google por notícias sobre o tema veiculadas entre fevereiro de 2020 a abril de 2021, foram selecionadas 70 notícias dos seguintes jornais:

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Saúde Coletiva do Instituto de Saúde Coletiva (ISC-UFBA), bolsista CAPES. E-mail: sheilabahia27@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela FCOM-UFBA. e Pós-Doutoramento na Sciences Po Lyon. Docente na Faculdade de Comunicação e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA. E-mail: ivanise.andrade@ufba.br

Globo (G1) (20 notícias), UOL (17), Jovem Pan (11), R7 (10), Estadão (9) e Correios (3). Em seguida, após filtro com critérios, formou-se um *corpus* com: 11 matérias referentes à Felipe Neto e 10 relacionados à Whindersson Nunes.

Os meios de comunicação cumprem papel de mediação, tendo potencial de transformação que pode também ser entendido como mediatização (Ferreira, 2016). A produção discursiva leva em consideração os pólos de comunicação em interdiscursividades, sem perder de vista a existência da ‘lógica de mídia’ das plataformas de mídias sociais (Hjarvard, 2014; Andrade, 2020).

No processo de disseminação da informação, portanto, as dinâmicas de circulação necessitam de atenção específica. Sobre os sentidos em circulação, propomos o uso de dispositivo analítico para estudar as dimensões temporal e espacial da circulação na sociedade contemporânea (Carlón, 2020; 2022a; 2022b).

Carlón (2020) reconhece a existência de uma interação permanente com o sistema de mídia de massa, pois na circulação dos significados há o envolvimento entre dois sistemas (hipermidiático): um de massa e outro de redes sociais (incluindo plataformas digitais e jornais online). Em geral, as relações começam “intra-sistêmicas” (num mesmo sistema) e tendem a alcançar relações “inter-sistêmicas” (envolvendo dois sistemas de mídias), de acordo com ritmos, escalas e complexidades.

Foi identificado que, das postagens de Felipe Neto, foram disseminados os seguintes assuntos: postagens sobre amigo falecido pela doença; crítica política contra a gestão da pandemia; sobre ter contraído Covid; críticas sobre pessoas e influenciadores que não cumprem o isolamento social; e sobre processo movido contra o empresário Luciano Hang por manter lojas abertas durante a pandemia.

Sobre as postagens de Whindersson Nunes, foram disseminadas notícias sobre: a campanha para doações de cilindros de oxigênio para Manaus; a vacinação do megainfluenciador; a crítica a gestão da pandemia; e, a realização de *lives*. As análises possibilitaram compreender como a ‘lógica de mídia’ interfere na escolha das postagens dos megainfluenciadores pelos principais jornais online.

Referências

ANDRADE, I.H. Nem tudo repousa sobre as máquinas: mediatização e seus impactos na enunciação. In: FERREIRA, G.M.; ANDRADE, I.H.; CARVALHO, C. (Org.). **Construção de sentidos no jornalismo**: contribuições de Maurice Mouillaud e Eliseo Véron. 1a Ed. Salvador: EDUFBA, 2020, v. 1, p. 15-39.

CAMPBELL, C.; FARRELL, J.R. More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. **Business Horizon**, v. 63, 4a ed., p. 469-479, jul./ago., 2020.

CARLÓN, M. Tras los pasos de Verón... Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. **Galáxia**, São Paulo, n. 43, p. 5-25, 2020.

CARLÓN, Mario. ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido de la mediatización contemporánea?. **DeSignis**, n. 37, p. 0245-253, 2022a.

CARLÓN, Mario. A modo de glosario. **DeSignis**, n. 37, p. 0255-262, 2022b.

FERREIRA, G.M. Estudos de Comunicação: da enunciação à mediatização. **Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, n. 37, p. 101-117, set./dez., 2016.

GLOBAL DIGITAL. Relatório Digital 2021: global digital overview. **HootSuite e We are social**. Nova York, v. 1, jan. 2021. Disponível em: <https://wearesocial.com/digital-2021>. Acesso em: 15 jan. 2021.

HJARVARD, S. **A mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: UNISINOS, 2014.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**. São Paulo, v.17, edição comemorativa, p.46-61, 2017.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

THOMPSON, J.B. Interação mediada na era digital. **Revista Matrizes**. São Paulo. v. 12, n. 3, set./dez., 2018.