

Câmaras de Eco e Plataformização: a dinâmica das agências de notícias e a uniformização do relato digital na cobertura da COP-30¹

Anna Luiza Rodrigues de Souza²
Tarcizio Macedo³
Museu Paraense Emílio Goeldi - MPEG

Resumo

Este trabalho analisa a circulação informativa e a visibilidade institucional do Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) durante a COP-30. O objetivo é investigar os impactos da plataformização e do imediatismo digital na divulgação científica, partindo do registro recorde de 1.148 notícias clipadas pela instituição em um único mês. A metodologia consiste em uma análise qualitativa de manchetes e fluxos de replicação de agências de notícias. Os resultados demonstram uma uniformidade narrativa e uma produção de caráter fordista, evidenciando que a velocidade de difusão no ciberespaço tende a sobrepor-se à profundidade e à subjetividade jornalística. Conclui-se que, embora a visibilidade digital tenha sido ampliada, a dependência de lógicas algorítmicas e fluxos automatizados impõe desafios à preservação da autoria e da diversidade discursiva na comunicação da ciência em contextos de grandes eventos globais.

Palavras-chave: COP-30; jornalismo digital; plataformização; Museu Goeldi; divulgação científica.

Introdução

Em novembro de 2025, o Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG ou Museu Goeldi) recebeu mais de 200 eventos paralelos durante a 30ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP-30). Materiais de divulgação científica, palestras, lançamentos de novas tecnologias, visitas de embaixadas estrangeiras e de seus governantes, além da assinatura de documentos oficiais e de acordos de cooperação, são apenas alguns dos momentos que ocorreram nas duas bases físicas do museu: o Parque Zoológico e o campus de Pesquisa, ambas localizadas na cidade de Belém, capital do Pará.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 05 Comunicação, Divulgação Científica, Tecnologias e Design na Amazônia, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 27 a 29 de maio de 2026.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA). Estagiária no Serviço de Comunicação Social do Museu Paraense Emílio Goeldi (SECOS, MPEG) e membra do Laboratório de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia (LabCom, MPEG). *E-mail:* annalz.rdsz@gmail.com.

³ Pesquisador líder do Laboratório de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia do Museu Paraense Emílio Goeldi (LabCom, MPEG). Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). *E-mail:* tarciziomacedo@museu-goeldi.br.

O Setor de Comunicação Social (SECOS) da instituição conseguiu reunir 1.148 notícias clipadas sobre o museu no decorrer do mês da COP-30, um recorde da instituição naquele período, cuja normalidade mensal não ultrapassa 100 clipagens. Parte dessa repercussão é consequência da atenção da mídia internacional e nacional à capital do Brasil, transferida para o estado do Pará durante a cúpula. No entanto, também ficou evidente um fenômeno comum ao jornalismo digital: o volume de notícias replicadas de agências de notícias na internet.

Segundo Aguiar (2008, p.2), as agências de notícias “são empresas especializadas em coletar informações de interesse jornalístico dispersas, formatá-las como notícia e redistribuí-las para assinantes”, sejam veículos da mídia hegemônica, instituições ou indivíduos que possuem capacidade de espalhar informações em escala global em frações de segundo. Uma notícia “replicada”, portanto, nada mais é do que um texto feito por uma agência de notícia disparado para uma lista de redações que assinam seus serviços que são publicados em seus veículos, majoritariamente, sem mudar sequer uma vírgula de lugar.

1. A plataformização do jornalismo e a mídia espalhável

Houve uma mudança de paradigma das redações e dos meios analógicos para *Web 2.0* e, posteriormente, com o *mobile*, capaz de uma integração total do espaço digital com a realidade, de maneira interpessoal, portátil e móvel, pois se, antes, o computador *desktop* era de uso familiar ou de *lan-houses*, agora, os *smartphones* sempre estão à disposição no bolso ou na palma da mão, como uma “peça de vestimenta” essencial para construção de identidade do sujeito hipermoderno – fenômeno descrito por Erthal (2007) em seu trabalho.

A autora atesta o sucesso do *smartphone* à sua capacidade multimodal e personalizante. O aparelho foi rápido em tornar obsoletas agendas telefônicas, calendários, relógios, bloco de notas, telefone fixo, entre tantos outros, convergindo todas essas modalidades em um único lugar com capacidade de ser moldado ao gosto e preferência do usuário, com interfaces adaptáveis com milhares de opções de formato e cores fantasia.

Steensen e Westlund (2001) escreve sobre ecossistemas móveis populados por *apps*, feitos nos moldes de sistemas operacionais e suas interfaces – do tipo IOS e

Android, em maioria – e, por isso, também, estão de acordo com as exigências das plataformas desenvolvedoras, como a taxação de 30% sobre os lucros do aplicativo. No cenário contemporâneo do capitalismo de plataformas (Srnicek, 2016), a comunicação da ciência passa a enfrentar desafios relevantes. Entre eles, destaca-se a ampla circulação de informações – nem sempre fundamentadas em evidências – que se disseminam com rapidez e facilidade de acesso, impulsionadas pelas dinâmicas algorítmicas que organizam e priorizam conteúdos nas mídias sociais.

Para Ekström e Westlund (2019, p. 260), o conceito de plataforma é definido como “uma infraestrutura digital com recursos que oferecem diversos tipos de informação e comunicação, bem como oportunidades para produzir, publicar e interagir com conteúdo”. Nesse contexto, a literatura recente (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020; Van Dijck; Poell; Wall, 2018) compreende a plataformização como um processo em que as infraestruturas, os modelos econômicos e as formas de governança das plataformas digitais passam a estruturar os ecossistemas da *web* e dos aplicativos, influenciando diversas dimensões da vida social, econômica e política. Essa lógica também alcança o campo científico, impactando tanto a produção quanto a divulgação do conhecimento das instituições de pesquisa pelo mundo. O fenômeno da plataformização, então, implica em um processo de adaptação dos editoriais jornalísticos às novas estruturas formadas por empresas como Google, Facebook e WhatsApp, por exemplo.

2. Imediatismo no espaço digital

O número recorde de 1.148 clipagens alcançadas pelo Museu Goeldi durante a COP-30 não significa exclusivamente um indicativo de relevância temática, mas um reflexo da estrutura de circulação de conteúdo informativo contemporâneo. Segundo Jenkins, Ford e Green (2013), vivemos o paradigma da mídia espalhável (*spreadable media*). Distintamente do conceito mais conhecido da metáfora da viralidade, que sugere uma transmissão passiva e involuntária, enquanto a “espalhabilidade” foca no engajamento ativo. O conteúdo circula porque indivíduos e instituições tomam a decisão de compartilhá-lo, motivados por valores sociais, econômicos e políticos variados.

Ao parear com o contexto da cobertura da COP-30 em Belém, o imediatismo é o motor que impulsiona essa espalhabilidade. Como afirma Jenkins *et al.* (2009, p. 5), “se não se espalha, está morto”. Para as redações digitais, as notícias do Museu Goeldi, seja

a assinatura de um tratado ou a visita de uma comitiva, precisam ser publicadas e circuladas no exato momento em que ocorrem para manter seu valor de troca no mercado da atenção. É esse imperativo da velocidade que explica o volume massivo de notícias replicadas de agências, funcionando como o “setor primário” ou “atacadista” da informação, como define Aguiar (2008).

A análise das manchetes coletadas pelo SECOS/MPEG revelou uma uniformidade: a grande maioria dos veículos utilizou títulos idênticos ou com variações mínimas, evidenciando o papel dos replicadores que, na urgência de alimentar o fluxo contínuo na internet, abdicam da reescritura. A nuvem de palavras gerada a partir desse montante de notícias reforça a natureza fordista dessa produção, termos como “COP-30”, “Casa Goeldi”, “Amazônia” e “Paraense” aparecem centralizados e repetitivos, indicando que a informação circulou como uma mercadoria padronizada e pré-formatada pelos veículos para consumo imediato.

3. O dilema ético de replicadores

Passada a era da impessoalidade como característica definidora do jornalismo, momento no qual o profissional jornalista era separado do sujeito (aquele que possui subjetividade – suas vivências, emoções e sensibilidades) que simplesmente reproduz ou relata o objeto a ser noticiado pelo pensamento disjuntivo de Morin . O fazer jornalístico tomam uma perspectiva mais humanista, na qual o profissional jornalista e o sujeito andam de mãos dadas na construção de narrativas, integrando os “fatos *per se*” com a contextualização necessária para uma compreensão profunda e crítica, característica do pensamento complexo (Morin, 2006).

Portanto, o fazer jornalístico, por ser feito a partir da subjetividade daquele que notícia, ou da autoria do relato, necessita de uma responsabilidade moral para o exercício ético da profissão.

Chegar-se-ia finalmente à idéia de que o nome do autor não passa, como o nome próprio, do interior de um discurso ao indivíduo real e exterior que o produziu, mas que ele corre, de qualquer maneira, aos limites dos textos, que ele os recorta, segue suas arestas, manifesta o modo de ser ou, pelo menos, que ele o caracteriza. Ele manifesta a ocorrência de um certo conjunto do discurso, e refere-se ao status desse discurso no interior de uma sociedade e de uma cultura. (Foucault, p. 273-274)

A assinatura de um autor, ao mesmo tempo em que vai disponibilizar que este seja punido pela transgressão dos acordos éticos da profissão, para Foucault, ela também é a “projeção, em termos sempre mais ou menos psicologizantes, do tratamento que se dá aos textos, das aproximações que se operam, dos traços que se estabelecem como pertinentes, das continuidades que se admitem ou das exclusões que se praticam”, ou seja, é a representação da própria subjetividade que caracteriza o jornalista.

Considerações preliminares

O recorte quantitativo de notícias clipadas pelo SECOS/MPEG durante a COP-30 representa, sob a ótica institucional, um êxito de visibilidade. Entretanto, a análise conduzida neste trabalho demonstra que tal volume é indissociável das dinâmicas de plataformização e imediatismo que regem o ecossistema midiático e a divulgação científica contemporânea. A uniformização das manchetes e a natureza repetitiva evidenciada na nuvem de palavras confirmam que a “espalhabilidade” (Jenkins; Ford; Green, 2013) foi movida, prioritariamente, pela replicação técnica de agências de notícias, que operam como atacadistas de uma informação-mercadoria (Aguiar, 2008).

Concluimos que o fenômeno observado no Museu Goeldi é um caso emblemático da tensão entre a visibilidade digital e a profundidade jornalística. Se, por um lado, os dispositivos móveis e as plataformas garantem que o evento “exista” globalmente em frações de segundo, por outro, o imperativo da velocidade esvazia o fazer jornalístico de sua subjetividade e do seu “pensamento complexo” (Morin, 2006). A figura do jornalista, muitas vezes reduzida a um replicador de despachos pré-formatados, abdica da função de autor e de mediador crítico da relação entre ciência e sociedade para se tornar uma engrenagem de um fluxo automatizado, subjugado pelo capitalismo de plataformas (Srnicek, 2016) e por dinâmicas algorítmicas e de governança de plataformas (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020; Van Dijck; Poell; Wall, 2018), as quais organizam e priorizam conteúdos nas mídias sociais com base em métricas e variáveis quantificáveis.

Em última análise, a cobertura da COP-30 no MPEG revela uma “câmara de eco” (Sunstein, 2001) no jornalismo digital: há muita informação, mas pouca diversidade narrativa. O desafio para a comunicação institucional e para o campo dos

estudos do jornalismo e da Divulgação Científica reside em encontrar caminhos que equilibrem a necessidade de circulação em larga escala com a preservação da autoria e do *status* do discurso (Foucault, 2001). Esta discussão exige reconhecer que o imediatismo da internet, embora potente para a difusão, pode tornar-se um silenciador das particularidades locais e científicas se não houver um resgate do sujeito jornalista na construção do relato e do fato.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Pedro. Marx explica a Reuters: anotações para leituras da economia política sobre agências de notícias. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4., 2008, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: ENECULT, 2008.

CARR, Nicholas. **The unbundling of journalism**. Rough Type, 2008. Disponível em: <http://www.roughtype.com>. Acesso em: 11 abr. 2024.

VAN DIJCK, José van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. New York: Oxford University Press, 2018.

ERTHAL, Catherine. **O telefone celular como produtor de novas sensorialidades e técnicas corporais**. 2007. 119 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos III: estética: literatura e pintura, música e cinema**. Organização de Manoel Barros da Motta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

JENKINS, Henry. **If it doesn't spread, it's dead (Part One): Media Viruses and Memes. Confessions of an Aca-Fan**, 11 fev. 2009. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p_1.html.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture**. New York: NYU Press, 2013.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.
STEENSEN, Steen; WESTLUND, Oscar. **What is Digital Journalism Studies?** London: Routledge, 2021.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras**, v. 22, n. 1, p. 1-10, 2020.

SRNICEK, N. **Platform Capitalism**. London: Polity, 2016.

SUNSTEIN, Cas. **Echo chambers: Bush V. Gore, impeachment, and beyond**. Princeton: Princeton University Press, 2001.