

## **Entre a dor e a notícia: os critérios de noticiabilidade no TikTok durante a tragédia das enchentes do Rio Grande do Sul<sup>1</sup>**

Lara de Souza Hinkel<sup>2</sup>

### **Resumo expandido**

Com enfoque na rede social chinesa TikTok, este trabalho tem o objetivo de verificar quais critérios de noticiabilidade foram aplicados nos conteúdos relacionados à cobertura da tragédia das enchentes que devastaram o estado do Rio Grande do Sul, iniciadas em 27 de abril de 2024. Esse cenário desafiador levanta questionamentos sobre a influência do jornalismo platformizado nos critérios de noticiabilidade, contextualizado por Nielsen e Ganter (apud MATTOS, 2021, p.1) ”fenômeno global que cria novas dependências de mercado e conteúdo na relação entre mídias jornalísticas e plataformas de redes sociais”.

Assim, busca-se compreender quais critérios são mais relevantes para publicação nesta plataforma de vídeos curtos, principalmente em uma situação de crise tão profunda. O desafio envolve a capacidade do jornalismo de equilibrar a relevância das informações com o consumo massivo de entretenimento que domina as redes sociais, apontando para um potencial descaso pela notícia.

Considerada a maior enchente que o estado já viveu, em apenas um mês, 172 pessoas tiveram as vidas roubadas e mais de 629 mil perderam as casas, de acordo com a Defesa Civil. Um cenário de destruição, de calamidade pública e uma população inteira lutando para recomeçar trouxe

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Eixo Temático C - Comunicação social, consumo e comportamentos em rede do XVII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, realizado nos dias 04 a 06 de dezembro de 2024.

<sup>2</sup>Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC. E-mail: [larasouzahinkel@gmail.com](mailto:larasouzahinkel@gmail.com)

comoção nacional e internacionalmente, publicada até mesmo em grande veículos internacionais, como o norte-americano The New York Times, o argentino Clarín e o francês Le Monde. O mundo inteiro assistiu a lamentável situação. O que iniciou-se com chuvas fortes em Santa Cruz do Sul, estendeu-se por mais de dez dias, sobrecarregando assim as bacias dos rios Taquari, Caí, Pardo, Gravataí, Sinos e Jacuí, que conseqüentemente, transbordaram. Como são interligadas, a água das bacias chegou ao Guaíba, em Porto Alegre, atingindo diversos pontos do município, como a rodoviária, o Mercado Público e o aeroporto.. Era o início da tragédia, com registro de mortes, de destruição e o Estado em alerta.

Em cenários de calamidade pública, o papel do jornalismo se demonstra ainda mais crucial e essencial, especialmente em contextos marcados pela circulação de desinformação. Informar a população sobre os desdobramentos da crise é fundamental para que as pessoas tenham acesso às orientações de segurança.

Por conta desse cenário e da popularização de redes sociais como TikTok, este estudo se justifica pela necessidade de compreender o papel adaptativo do jornalismo nas plataformas digitais, com especial enfoque em redes sociais voltadas ao entretenimento, como o TikTok. Garantir que notícias precisas cheguem ao público de forma rápida e acessível, superando o desafio de captar a atenção do usuário em meio a conteúdos de entretenimento, constitui um dos grandes desafios do jornalismo digital contemporâneo. Dados recentes de pesquisas do Instituto Reuters e da Universidade de Oxford reforçam a tendência de desinteresse do público por notícias, o que intensifica a busca constante pela atenção do usuário em um ambiente onde o entretenimento é dominante.

Para discorrer sobre a questão, recorre-se ao conceito de valor-notícia, empregado por Wolf (1987): “os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento.” (TRAQUINA, 2005, p. 75).

Além do conceito de valor-notícia e os critérios de noticiabilidade estabelecidos por Traquina, ainda, parte-se de um levantamento bibliográfico para enriquecer o debate com autores como Harcup e O'Neill (2017) e Philipps (2012), além de autores que debatem sobre Jornalismo e redes sociais, como Bossio (2017), Bell e Owen (2017) e Vázquez-Herrero et al (2020).

Devido às práticas jornalísticas atuais, à velocidade da informação por conta da internet e a presença das redes sociais, os critérios de noticiabilidade sofreram mutações. Por conta disso, recorre-se também ao argumento de Brighton e Foy (2007), que afirmam que embora "ainda haja um lugar para uma matriz que estabeleça as variáveis" (3), os tempos e a mídia mudaram desde a década de 1960, principalmente com o meio digital, "o que levou-se a criar seu próprio conjunto de fatores a serem levados em consideração ao selecionar (e analisar) notícias no século XXI: Relevância; Atualidade; Composição; Expectativa; Incomum; Que vale a pena; e influências externas (HARCUP; O'NEILL, 2017, p.2). Ainda, os autores levantaram um outro critério de noticiabilidade, agora com a plataformação: o compartilhamento, ou seja, as histórias que teriam espaço para serem compartilhadas nas redes sociais.

Phillips (2012) afirma que o principal papel desempenhado pela maior parte da audiência online parece ser compartilhar e disseminar notícias em plataformas de mídia social (Phillips 2012, p. 675). Ainda, em um dos primeiros estudos sobre TikTok, Vázquez-Herrero et al mostraram os propósitos da plataforma, como "informar, posicionar sua marca e adaptar-se à lógica da plataforma, em novas aproximações do jornalismo para as gerações mais jovens (Vázquez-Herrero et al, 2020, p. 1)".

Ainda, Bossio (2017) afirma que "a prática jornalística profissional para os ambientes das redes sociais também desafiou as organizações noticiosas tradicionais e a constituição geral do jornalismo como uma instituição profissional". Dessa forma, valores como objetividade, verificação e autonomia profissional estão se adaptando às práticas jornalísticas, de modo que "a maior mudança na prática jornalística é, na verdade, a compreensão institucional mais ampla do

próprio jornalismo, de uma autoridade autônoma para uma parte interessada importante, mas ainda assim colaborativa, na criação das notícias" (Bossio, 2017, p. 24).

Além da bibliografia, a ferramenta metodológica utilizada no trabalho será a análise de conteúdo, que envolve o texto verbal e o audiovisual, pretendendo explicitar de que modo os perfis consultados utilizam os critérios de noticiabilidade. Além disso, para uma maior precisão do exame proposto, estabeleceu-se um corpus no qual pudessem estar contemplados quinze postagens ao todo, sendo cinco de um perfil nativo digital, cinco de um perfil de legado e cinco de um perfil de veículo local. Os mesmos foram definidos a partir de uma pesquisa exploratória na rede social, limitada a veículos brasileiros, e que contemplou apenas o período de maio de 2024, mês em que intensificou as chuvas no RS, os olhares sobre a tragédia e a cobertura jornalística. Em primeiro momento, a análise exploratória contemplou mais de 1.000 postagens, somada aos três veículos. Por conta da numerosa quantidade de conteúdos, a pesquisa delimitou-se a analisar apenas quinze postagens na plataforma para uma maior e mais detalhada compreensão.

Dessa forma, foram escolhidos os perfis de TikTok do G1, por ser um nativo digital, com 3,3 milhões de seguidores; o da Folha de São Paulo, por ser um dos maiores jornais em circulação do país, com mais de 615 mil seguidores; e o GZH, veículo tradicional no Rio Grande do Sul, com 93,9 mil seguidores.

Além da análise e de apresentar autores que tratam sobre os critérios de noticiabilidade, o presente trabalho traz outra preocupação dos veículos de comunicação ao publicarem uma notícia no TikTok, como o algoritmo. Para isso, recorre-se ao estudo de Coddington e Lewis (2023), que afirmam que o TikTok tem se mostrado bastante hostil em relação às notícias. A plataforma "remove links que os editores poderiam usar para tirar os usuários do aplicativo, faz pouco para rotular as notícias ou ajudar os usuários a avaliar sua credibilidade e oferece poucos incentivos financeiros aos editores de notícias (embora observe algumas exceções)".

(Coddington e Lewis, 2023, s/p.) Outros desafios dos perfis jornalísticos de criarem conteúdos para as redes sociais, também são demonstrados neste presente, especialmente em meio a uma tragédia, como a desinformação e as notícias falsas.

Apesar do algoritmo ser levado em consideração para as postagens, Van Dijk et al (2018, p.66) sustentam que "a personalização de conteúdo não deve ser atribuída somente ao algoritmo das plataformas ou às preferências do usuário, e sim a uma conexão entre plataformas, usuários e organizações de notícias". Dessa forma, não é só o algoritmo o responsável pelo consumo de notícias, e sim, um conjunto entre as plataformas, aos usuários e aos veículos de comunicação. Apesar da responsabilidade para a propagação de informação não ser apenas do veículo, ainda observa-se a preocupação dos veículos de comunicação no combate à desinformação, enfatizando a importância de um jornalismo de qualidade. Ainda, reafirma o papel essencial do Jornalismo em humanizar a tragédia, dando voz às vítimas e às comunidades afetadas, além de cobrar respostas às autoridades. A cobertura responsável não apenas informa, mas também mobiliza recursos e ações para mitigar os impactos da catástrofe, reafirmando o compromisso da imprensa com a sociedade, seja no jornal impresso, na televisão, no rádio ou nas plataformas, como TikTok.

### **Palavras-chave**

Tragédias climáticas; Jornalismo e redes sociais; Jornalismo e TikTok

### **Referências**

BOSIO, Diana. **Journalism and Social Media**. Practitioners, Organisations and Institutions. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2017.

CODDINGTON, M., LEWIS, S. The news will not find you on TikTok. Nieman Lab. 2023. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2023/10/the-news-will-not-find-you-on-tiktok/> Acesso em 07 de outubro de 2024.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is News? Galtung and Ruge revisited (again). *Journalism Studies*, v. 18, n. 12, p. 1470-1488, 2017.



XVII SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade do Estado de Santa Catarina. De 04 a 06 de dezembro de 2024.

MATTOS, Fabrício de. Plataformização da notícias e consumo de informação: tendências do jornalismo em um novo ambiente informacional. In: ANAIS DO 19º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2021, Brasília. Anais eletrônicos. Campinas, Galoá, 2021. Disponível em:

<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/plataformizacao-da-noticias-e-consumo-de-informacao-tendencias-do-jornalismo-em?lang=pt-br> Acesso em 29 de outubro de 2024.

PHILLIPS, A. Sociability, Speed and Quality in the Changing News Environment. *Journalism Practice*, n. 6, p. 669-679, 2012.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.

VAN DIJCK, J., POELL, T., DE WALL, M. **The Platform Society**. Public values in a connective world. New York: Oxford University Press, 2018.

VÁZQUEZ-HERRERO, J., NEGREIRA-REY, M., LÓPEZ-GARCÍA, X. Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, vol. 23, issue 8, p-p 1717 - 1735, 2020. <https://doi.org/10.1177/1464884920969092> Acesso em: 10 de outubro de 2024.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.