
A TRAGÉDIA DAS ENCHENTES NARRADA PELA PLATAFORMA: DE COMO O JN VAI AO INSTAGRAM¹

Fabiana PICCININ²
Karin Konzen FRANCO³
Yaskara Ferreira PINTO⁴
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

RESUMO

O artigo reflete sobre a maneira como o telejornal organiza sua narrativa da TV aberta em direção às plataformas, buscando compreender o formato, linguagem e temática das publicações. Considera, para tanto, como se dá a sistemática de funcionamento das plataformas e suas lógicas algorítmicas e como estas impactam nas publicações jornalísticas audiovisuais. Toma-se, como amostra empírica, o Jornal Nacional, observando a narrativa do programa, desde seu formato tradicional exibido em grade fixa de programação em fluxo e a adaptação dos conteúdos no seu perfil do Instagram, plataforma voltada para publicações no formato audiovisual. Neste artigo, a análise observa a cobertura relacionada à tragédia das enchentes no Rio Grande Sul.

PALAVRAS-CHAVE: Plataformização; Telejornalismo; Redes Sociais; Narrativas; Enchentes Rio Grande do Sul.

INTRODUÇÃO

Neste artigo⁵, busca compreender como se deu a cobertura do telejornal Jornal Nacional, da TV Globo, durante a tragédia com as enchentes do Rio Grande do Sul e de que forma esta cobertura é tratada e publicada na plataforma Instagram. Desta maneira, tem-se como problemática responder à pergunta sobre de que maneira o telejornal Jornal Nacional organiza seu planejamento editorial, desde sua narrativa na TV aberta

¹Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC. Coordenadora do GENAJOR (CNPQ). Bolsista Produtividade (CNPQ). e-mail: fabiana.piccinin@ufsc.br

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC, bolsista Capes DS, e-mail: karin.k.franco@gmail.com.

⁴ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC, e-mail: yaskaraf@gmail.com.

⁵ Este artigo foi produzido no âmbito do GENAJOR (CNPQ), Grupo de Pesquisa em Narrativas Audiovisuais Jornalísticas. Além das autoras citadas, assinam também esta pesquisa, as bolsistas de Iniciação Científica CNPQ, integrantes do grupo e responsáveis pelo levantamento empírico que deu base ao texto, as alunas do Curso de Jornalismo UFSC, Nathaly Bittencourt (nathalybittencourt7@gmail.com) e Fernanda Zwirtes (fernandaz.jornalismo@gmail.com).

em direção à rede social Instagram, a partir do formato, linguagem e temática dos conteúdos. Para tanto, parte-se do pressuposto de que a plataformização e sua lógica algorítmica vai impactar as narrativas audiovisuais jornalísticas, conforme aponta Becker (2022), em virtude das “alterações estéticas e de conteúdo” (2022, p. 86) operadas em razão da busca pelo engajamento das audiências.

Neste trabalho, entende-se por plataformização o que Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) descrevem como o fenômeno da “(...) penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida” (Poell, Nieborg e Van Dijck, 2020, p. 5). No jornalismo, essa mudança operacional promovida pela plataformização, preocupada em rastrear os movimentos dos usuários em sua adesão e interação, vai interferir nas práticas e rotinas, desde a produção até a distribuição dos conteúdos nas plataformas. É dizer, como apontam Van Dijck, Poell e Waal (2018), que esta transformação impacta em “valores que historicamente têm guiado a profissão de jornalista e são de vital importância para o papel do jornalismo nas políticas democráticas” (2018, p. 50-51).

Como a narrativa, neste caso jornalística, é tomada como decorrência do contexto sócio-tecno-discursivo em que está inserida (Resende: 2011; Motta: 2013; Longhi & Piccinin: no prelo), a plataformização, enquanto dinâmica própria do ecossistema midiático, vai produzir incisões determinantes na linguagem, formato e temática dos conteúdos, na medida e que é regida por códigos que “com base de cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados” (Gillespie, 2018, p. 97). É o algoritmo, assim, que passa a regular a produção e a distribuição dos conteúdos, influenciando o jornalismo enquanto narrador estratégico contemporâneo e a produção de sua narrativa. Ou seja, a plataformização, ao permitir (Poell et al., 2020) interações entre as publicações e os usuários finais, vem determinar rotinas associadas à coleta e organização sistemática de seus dados para processamento algorítmico, com vistas à circulação e, por consequência, monetização. Os conteúdos são conformados, portanto, em função da perseguição da atenção das audiências, buscando a sintonia com seus desejos para mantê-los no tráfego (Pariser, 2011).

É importante considerar que, do ponto de vista da narrativa audiovisual jornalística, o relatório do Digital News Report 2024⁶ mostra que 74% dos brasileiros têm a internet como fonte primária de notícias (incluindo as mídias sociais), e 51% buscam estas notícias exclusivamente nas mídias sociais. Os dados da pesquisa mostram uma realidade apontada por Van Dijck, Poell e Waal (2018) que destacam como a plataformização tem impactado o jornalismo, que já passava por pressões econômicas e políticas no passado, e que agora “não só intensificou essas pressões, mas também complica ainda mais a realização dos valores jornalísticos cruciais” (Van Dijck; Poell; Waal, 2018, p. 50), como no caso da independência jornalística. Desta forma, os autores (2018) destacam que “a integração de dados das plataformas à produção de notícias efetivamente cria um caminho de dependência das infraestruturas de dados das cinco maiores plataformas que moldam o escopo da tomada de decisão editorial” (Van Dijck; Poell; Waal, 2018, p. 54).

Já com relação às narrativas jornalísticas plataformizadas sob o formato audiovisual, o Relatório de 2024 também aponta que, um dos achados da pesquisa é que, de modo geral, no conjunto dos países investigados, o formato em vídeo:

(...) is becoming a more important source of online news, especially with younger groups. Short news videos are accessed by two-thirds (66%) of our sample each week, with longer formats attracting around half (51%). The main locus of news video consumption is online platforms (72%) rather than publisher websites (22%), increasing the challenges around monetisation and connection (Digital News Report, 2024, p. 10).

Os dados demandam, portanto, considerar na análise como se dá a composição de estratégias de vinculação e cumplicidade a partir das narrativas audiovisuais, considerando as especificidades dos conteúdos arranjados sob o formato de imagem e som. Para Serra e Sá (2017), as audiências estão cada vez mais móveis e dispendo de atenção inconstante, apresentado-se desvinculadas das grades de programação fixas, visto que os conteúdos audiovisuais, ofertados via plataforma (Grainge, 2011), podem ser interrompidos, repetidos e reorganizados, por oposição às inflexíveis transmissões da televisão aberta. Um contexto em que, o audiovisual jornalístico, ao mesmo tempo

⁶ Disponível em:
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf. Acesso: 27 jun 2024.

em que ocupa a centralidade da narrativa plataformizada, requer novos protocolos e arranjos narrativos que dêem conta das pretendidas interações com os usuários.

Isto posto, ao propor como objetivo geral analisar a organização narrativa do telejornal Jornal Nacional na TV aberta e desta, em direção à rede social Instagram, reconhece-se como objetivos específicos: 1) compreender os critérios editoriais que estruturam a cobertura do telejornal e a relação estabelecida com os conteúdos publicados no seu perfil do Instagram; 2) analisar de que maneira o telejornal utiliza-se do seu conteúdo na plataforma, em termos de temas e formatos, replicados ou não, e os originalmente produzidos para a rede social; 3) verificar como a plataformização impacta na linguagem da narrativa jornalística audiovisual.

Do ponto de vista metodológico, a análise será proposta desde o consórcio de perspectivas quanti e qualitativas para a aproximação ao objeto Jornal Nacional e à rede social Instagram. Inicia-se pela pesquisa bibliográfica a respeito dos conceitos de narrativa e nela, das narrativas jornalísticas audiovisuais plataformizadas. Passa-se, em seguida, à coleta de dados sistemática do período de uma semana da cobertura da tragédia das enchentes feita pelo JN, tomando em paralelo à observação do mesmo período no perfil do programa no Instagram. A partir dos dados coletados, recorta-se o corpus para observar o tema, a forma e a linguagem do conteúdo publicado na rede social em relação ao que é exibido na TV aberta, buscando estabelecer categorias de análise advindas de padrões de repetição ali encontrados.

Ainda cabe referir que olhar para o Jornal Nacional como um objeto de estudo é importante na medida em que este é o telejornal com o maior tempo de permanência no ar na TV brasileira (Becker, 2022). Exibido há 55 anos sem interrupções, o Jornal Nacional foi o primeiro telejornal do país a ser transmitido em rede nacional e é líder de audiência no horário nobre da TV aberta do Brasil. Durante a tragédia das enchentes do Rio Grande do Sul, o telejornal alcançou 66 milhões de brasileiros, sendo o número de maior alcance de 2024, segundo levantamento do Kantar Ibope⁷.

Já quanto à escolha do Instagram, esta é a rede social mais utilizada para o consumo de notícias de acordo com o Digital News Report 2023. O levantamento mostrou que 39% dos brasileiros usam o Instagram para acessar notícias, ficando atrás

7

Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2024/05/tvs-elevam-audiencia-e-batem-records-com-cobertura-da-tragedia-no-rio-grande-do-sul.shtml>. Acesso em: 10 jun. 2024.

apenas do YouTube, que é uma plataforma de vídeos e streaming, este com 41% da preferência, e para o WhatsApp, que é um aplicativo de mensagens, com 43% da preferência dos usuários na busca por informação. Além disso, a escolha do Instagram também está em conformidade com o conceito de plataforma apresentado por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), que mencionam que estas “facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2020, p. 4).

REFERÊNCIAS

BECKER, Beatriz. **A construção audiovisual da realidade: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo**. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2022.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Telejornais: Novas tendências estruturais**. In: EMERIM, Cárilda; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska (org.). **Telejornalismo 70 anos: O sentido das e nas telas**. 1ª ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2020.

FLETCHER, Nic Newman Richard; EDDY, Kirsten; ROBERTSON, Craig T.; NIELSEN, Rasmus Kleis. **Reuters Institute Digital News Report 2024**. Reuters Institute for the Study of Journalism. 168 p. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf. Acesso em: 27 jun 2024.

GRAINGE, Paul. **Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to YouTube**. Palgrave Macmillan, 2011.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, v. 6, n. 1, p. 97, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em 02 abr. 2024.

LONGHI, Raquel; PICCININ, Fabiana. Narrativas do jornalismo plataformizado: Uma análise dos conteúdos produzidos para o Tik Tok. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério & SILVA, Maria Therezinha. **Jornalismo: Reflexão e Inflexão**. Florianópolis: Editora UFSC. (No Prelo).

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Ed. da UnB, 2013. 254 p.

PARISER, Eli. **What the Internet is hiding from you**. Penguin Press, 2011.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras: estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, 2020. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 15 jan. 2024.

RESENDE, Fernando. Às desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa. In: **Compós**. XX. Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós Graduação em

Comunicação Social. Porto Alegre, junho de 2011. Disponível em:
http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1674.doc.

SERRA, Paulo, SÁ, Sónia. (Eds.). **Televisão e novos meios**. Covilhã: LABCOM. IFP Comunicação, Filosofia e Humanidades. Universidade da Beira Interior, 2017.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The Platform Society: Public values in a connective World**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018, p. 49-71.

VAQUER, Gabriel. **TVs elevam audiência e batem recordes com cobertura da tragédia no Rio Grande do Sul**. Folha de São Paulo, São Paulo, 15 mai. 2024. Disponível em:
<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2024/05/tvs-elevam-audiencia-e-batem-recordes-com-cober-tura-da-tragedia-no-rio-grande-do-sul.shtml>. Acesso em: 10 jun. 2024.