
Catástrofes em tempos de Economia da Atenção: uma análise sobre a repercussão temporal da catástrofe climática do Rio Grande do Sul¹

Ana Luiza Dutra L. M. RIBEIRO²

Laura S. STORCH³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A economia da atenção molda a resposta da sociedade a catástrofes, como a recente no Rio Grande do Sul. A atenção pública aumenta durante tais eventos, influenciada pela mídia e redes sociais. No entanto, esse interesse é fugaz e determina a quantidade de recursos e assistência dedicados à crise. Em uma sociedade marcada pela aceleração e cansaço, a explosão inicial de informações é seguida por um esgotamento, levando à retirada do debate público. Manter essas questões em evidência é essencial para promover mudanças, pois uma boa vida não surgirá da alienação. Em um ciclo de aceleração e exaustão, a atenção emerge como um recurso escasso que deve ser usado para uma análise crítica da realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Economia da Atenção; Aceleração Social; Sociedade do Cansaço; Catástrofe Climática.

INTRODUÇÃO

No dia 29 de abril de 2024, parte do Rio Grande do Sul despertou sob uma atmosfera tempestuosa, caracterizada por incessantes precipitações que rapidamente invadiram o cenário com seus pesados raios e trovões. As águas fluíam impetuosamente. Nestas chuvas que eram comuns à rotina, contudo, residia uma sutil precursora de eventos que, ao longo das semanas, haveriam de redefinir por completo a perspectiva temporal dos habitantes locais. Uma catástrofe climática irrompeu, subvertendo a ordem estabelecida e impondo novas urgências e dilemas à vida cotidiana

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação para Jornalismo da UFSM, e-mail: ribeiro.ana@acad.ufsm.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação para Jornalismo da UFSM, e-mail: Laura.storch@ufsm.br

dos gaúchos. O que outrora possuía coerência e previsibilidade, viu-se despojado de sentido, enquanto centenas de desafios emergiram para ocupar o espaço.

No mundo globalizado e hiperconectado, não demorou para que as chuvas do Rio Grande do Sul se tornassem o principal assunto. No dia 2 de maio, a pequena cidade de Encantado, com pouco mais de 22 mil habitantes, já era matéria no maior jornal do mundo, o The New York Times. Nas televisões brasileiras, aos poucos, o noticiário foi tomando conta da programação. A cobertura da catástrofe foi se tornando o foco principal, os melhores âncoras nacionais direcionados ao Rio Grande do Sul e não havia como negar o cenário de guerra que se assistia. A devastação tomou conta dos horários nobres, das manchetes e, principalmente, das redes sociais.

Nas redes sociais, o cenário gaúcho repercutia das formas mais variadas possíveis. Elas foram dominadas por uma enxurrada de vídeos, fotos e textos sobre a catástrofe. No universo ainda mais imediatista das plataformas, circulavam as mais diversas informações. A catástrofe na Sociedade de Plataformas (Van Dijck, Poell, de Waal, 2018) transformou um eixo de sentidos das redes sociais que até então parecia difícil de ser concebido. Elas tornaram-se um local de organização popular para mobilização de todas as necessidades locais. Desde grupos de pedidos de resgates, busca de suprimentos e donativos, até perfis especializados em encontrar pessoas e animais perdidos em meio à catástrofe.

O objetivo deste trabalho é analisar como a Economia da Atenção (Goldhaber, 1997) molda a resposta da sociedade a catástrofes climáticas, utilizando a recente tragédia no Rio Grande do Sul como estudo de caso. A pesquisa pretende explorar a relação entre a atenção midiática e a alocação de recursos, além de investigar como a aceleração social e a sociedade do cansaço influenciam esse processo. Para alcançar esse objetivo, este estudo adota uma abordagem teórica. A metodologia inclui uma revisão de literatura sobre Economia da Atenção e estudos de Plataformas. O recorte temporal deste estudo abrange o período de 29 de abril a 30 de maio de 2024, capturando o pico da atenção midiática e o subsequente declínio. O recorte geográfico é focado no estado do Rio Grande do Sul.

Para entender a relação entre Economia da Atenção e jornalismo, é essencial considerar os critérios de noticiabilidade que determinam quais eventos recebem cobertura midiática. Galtung e Ruge (1965) identificaram fatores como intensidade,

proximidade e consonância como determinantes. Em um contexto de catástrofes climáticas, a escassez de atenção torna-se ainda mais evidente. A atenção midiática, ao se concentrar em eventos de grande impacto, não apenas mobiliza recursos, mas também molda a percepção pública e a resposta governamental. A distinção entre atenção e audiência é crucial, sendo que a atenção se refere à capacidade de captar e manter o interesse do público, enquanto a audiência mede o número de espectadores.

ATENÇÃO E ASSISTÊNCIA FATORES PROPORCIONAIS

A grande quantidade de informações e a agilidade com que elas são atualizadas gera uma competição intensa pela atenção (Zago, 2011). Na economia da atenção, conforme descrito por Goldhaber, as leis são bem diferentes. Essa economia traz seu próprio tipo de riqueza, suas divisões de classe e suas formas de propriedade, baseadas em transações de atenção. Nesse contexto, a atenção torna-se o principal capital e forma de poder.

Goldhaber (1996) argumenta que uma economia deve ser baseada naquilo que é escasso, e em nossa sociedade há uma imensidão de informações competindo pela atenção limitada. Sendo esta a principal forma de propriedade, só se sobrevive nesta economia garantindo a atenção de um grupo específico. No cotidiano das interações permeadas pelas redes sociais, a atenção dos telespectadores torna-se a principal moeda de troca entre as plataformas e os influenciadores. No entanto, com a catástrofe climática, repensa-se outras formas de atenção como meio de sobrevivência nessa sociedade.

À medida que a tragédia torna-se mais relevante do ponto de vista midiático, ela começa a receber mais recursos. Essa relação, conforme proposta por Goldhaber, indica que a sociedade da economia da atenção é permeada por novos eixos de sentidos. Todas as atividades e inter-relações são transformadas pelo regime da atenção. Neste contexto econômico, toda a sociedade move-se para onde as atenções estão voltadas. Em um contexto de catástrofe, entende-se que os recursos humanos, financeiros e midiáticos também estão sob a tutela da atenção, e, portanto, o nível de assistência é diretamente proporcional ao nível de atenção recebido.

Para entender melhor esse fenômeno, recorre-se à teoria de Galtung e Ruge (1965) sobre valores-notícia. Identificaram-se doze critérios que influenciam a seleção e a apresentação de notícias. Entre os critérios mais relevantes estão a intensidade, que se refere ao impacto forte ou dramático dos eventos; a proximidade, que considera a distância geográfica ou cultural do público em relação ao evento; a consonância, que alinha o evento com as expectativas e preconceitos existentes do público; a imprevisibilidade, que valoriza eventos inesperados e surpreendentes; e a relevância, que avalia a importância prática dos eventos para o público. Esses critérios ajudam a explicar por que certos eventos atraem mais atenção midiática do que outros.

No contexto de uma catástrofe, esses valores-notícia tornam-se especialmente evidentes. A tragédia no Rio Grande do Sul, por exemplo, teve alta intensidade devido à devastação causada pelas inundações, proximidade para o público brasileiro, e imprevisibilidade, o que garantiu ampla cobertura midiática. Essas características fizeram com que a catástrofe atendesse aos critérios de noticiabilidade, capturando assim a atenção da mídia e do público.

As redes sociais são um produto das configurações tecnológicas do nosso tempo (Caliman, 2008). A sociedade contemporânea é aquela que está em rede (Castells, 2010) e em que as tecnologias da informação e comunicação ocupam um papel determinante nas relações sociais, culturais, econômicas e políticas (Zago, 2011). A teoria da Economia da Atenção foi proposta em 1997, muito antes da concepção do mundo de plataformas que se encontra hoje. No entanto, o poder de captura e dominação da atenção que essas plataformas possuem atualmente evidencia o quanto Goldhaber estava certo ao propor uma economia onde a moeda de troca é a atenção humana. Nesse contexto, as redes sociais tornam-se um grande fator de mobilização social, política e econômica, e no momento de uma catástrofe, elas amplificam esse papel.

Ao refletir sobre o cenário da economia da atenção na catástrofe que assolou o Rio Grande do Sul, as redes sociais mostram uma nova faceta. Além de serem um lugar de abundância de informações, apresentaram-se como parte fundamental da mobilização popular. As características dos algoritmos das plataformas aproveitam o apelo popular que as tragédias mobilizam, buscando maximizar a captura do tempo do usuário. No entanto, apresentaram-se também como um fator de fomento à atenção pública à

tragédia, ampliando o corpo social em torno da questão por conta do seu poder de captura da atenção.

A atenção é um fator crucial em nossa era, funcionando como uma moeda de troca. Em situações de catástrofe, a narrativa e a captura de atenção determinam a valorização que a situação irá receber (Goldhaber, 1996). Durante as inundações no Rio Grande do Sul, debates nas redes sociais questionavam se, em outro estado, a catástrofe receberia a mesma atenção e valorização midiática, ou comparavam a cobertura com eventos como o show da cantora Madonna no Rio de Janeiro. Houve uma verdadeira comoção social em torno do nível de atenção midiática que a catástrofe tomou.

O que tem atenção, garante recursos (Goldhaber, 1996). Está-se mais ocupado do que nunca, e o nível de foco em determinado acontecimento faz com que ele se torne visível e capte recursos humanos, financeiros e políticos. Além disso, pensando especificamente no âmbito das mudanças climáticas, essa atenção em uma catástrofe climática pode vir a ser catalisadora para uma mudança cultural a respeito do clima. É nesse contexto que compreende-se tamanho poder que a atenção exerce nos nossos dias. Seja como mobilizador de recursos, seja como mobilizador de mudanças. No entanto, ao mesmo tempo que torna-se catalisadora da sociedade, também torna-se mais disputada. E quando Goldhaber defendeu a atenção como um fator de escassez da sociedade contemporânea, e portanto, o capital econômico, ele estava se referindo à união de dois fatores: a informação como um fator transbordante da sociedade e a própria limitação da cognição humana em absorver informações.

A cognição está relacionada aos fatores internos e externos ao ser humano (Zago, 2011), de modo que o contexto e as características dos artefatos tecnológicos com os quais interagimos também atuam sobre a percepção, pensamento, e principalmente a ação (Regis, 2010). Pensar em uma sociedade em que a economia da atenção é vigente significa olhar para a informação e pela forma como ela é disseminada em uma perspectiva social, cultural e política. Garantindo assim, que o fato se mantenha no debate social, e que não caia sob o esquecimento da economia da atenção, o que seria sua morte simbólica (Goldberg, 2011).

Por isso, torna-se fundamental analisar o nível de atenção de determinada demanda. Existiu uma catástrofe antes e uma catástrofe depois do nível de atenção adotado pela mídia ao Rio Grande do Sul. Seja pela proporção dos donativos e comoção

global que se assentava, seja pelo nível de comprometimento do poder público em melhorar as formas de atuação em meio a catástrofe. Ao pensar na atenção como esse fator econômico capaz de gerar transformações, deve-se também analisar como ocorre a disseminação desta. Com o passar dos dias, a água começa a baixar e o comprometimento midiático também. Entende-se que existe um fator central na diminuição da atenção midiática: o cansaço informacional do público.

A SOCIEDADE DO CANSAÇO EM MEIO A CATÁSTROFE

A informação, matéria abundante na sociedade de plataformas permeada pela economia da atenção, gera uma disputa incessante pela atenção. Cada um busca prestar atenção mínima (Goldhaber, 1996). No jornalismo, observa-se tendência similar. O relatório de notícias de 2023 do Instituto Reuters, em colaboração com a Universidade de Oxford, indica queda no consumo de mídias tradicionais, sem compensação pelo aumento no consumo de mídias online. Além disso, a audiência demonstra desinteresse pelas notícias. Em uma sociedade regida pelo sistema de atenção, essa falta de interesse é preocupante.

Em momentos de crise, a relação do público com as notícias muda. Manter-se informado sobre crises se torna uma necessidade de sobrevivência (Vieira; Aquino, 2023). Durante eventos como a Pandemia da COVID-19 e a Guerra da Ucrânia, observou-se aumento na audiência dos meios de comunicação global (Tameez, 2020). Porém, esse pico de atenção não é estável e logo diminui.

A transição da mídia tradicional para as mídias online facilita a captura da atenção do usuário. Em situações de catástrofe, há um aumento no consumo de notícias e na dependência das redes sociais. A sociedade acelerada promove uma relação de incerteza e instabilidade. O consumo apressado de notícias oferece uma sensação momentânea de segurança. A sociedade pós-moderna, caracterizada por grandes transformações sociais, crescimento desenfreado e perda de sentido (Rosa, 2010), torna-se ainda mais sensível a catástrofes.

Vivemos em um regime de aceleração social, conforme defendido por Hartmut Rosa (2010), onde a vida contemporânea promove mais consumo, tecnologia, informação e menos tempo. Além disso, a sociedade do cansaço (Han, 2019) fragmenta

e destrói a atenção, sobrecarregando os sistemas emocionais, informacionais e trabalhistas. A sociedade pós-moderna, com conceitos como Economia da Atenção, Sociedade do Cansaço e Aceleração, enfrenta rupturas de sentido e fragmentação do tecido social.

A natureza sem precedentes dos eventos pós-modernos justifica uma análise crítica das tragédias frequentes sob a perspectiva da sociedade da aceleração (Rosa, 2010). As mudanças climáticas transformaram até mesmo a relação com a natureza, com eventos climáticos tornando-se cotidianos. Essa convivência com catástrofes, aliada à aceleração e cansaço, complexifica a relação do jornalismo com a sociedade. O jornalismo, essencial para descomplicar o emaranhado comunicacional, torna-se um fardo de más notícias em uma sociedade do cansaço (Han, 2019).

A interação dos indivíduos com os meios de comunicação desencadeia emoções que afetam estados de espírito, saúde e felicidade (Bernardino et al., 2016). Em um regime de aceleração, o jornalismo produz ainda mais, gerando sentido à inércia polar da pós-modernidade, onde as mudanças sociais não simbolizam progresso, mas movimentos frenéticos sem direção (Rosa, 2010). Esse fenômeno contribui para enfermidades modernas como melancolia, tédio, depressão e ansiedade. Estudos demonstram que o uso das redes sociais multiplica essas enfermidades (Vieira; Aquino, 2023). Indivíduos que passam mais tempo nas redes sociais experienciam emoções negativas e menor satisfação com a vida.

A exposição excessiva às notícias gera estresse e infelicidade (Jain, 2021). A superexposição às mídias intensifica a fadiga informacional, levando à fuga temporária ou permanente das redes sociais (Vieira; Aquino, 2023). O acesso compulsivo aos meios de comunicação pode desencadear enfermidades psicológicas (Dhir et al., 2018). Em busca de calma, desenvolve-se uma fuga das notícias e esgotamento cognitivo. Na teoria da economia da atenção, Goldhaber (1996) distingue atenção real e ilusória. A primeira é escassa e dedicada ao que é fundamental; a segunda, direcionada às interações sociais midiáticas, nos coloca momentaneamente fora do tecido social da aceleração, de forma alienada.

A apatia em meio a uma enxurrada de informações é natural (Han, 2019). Esse deslocamento insere-nos na forma mais totalitária de aceleração social, causando severa alienação social e obstaculizando uma boa vida (Rosa, 2010). A realidade frágil do

cotidiano pós-moderno afeta diversas relações sociais. A aceleração social excessiva produz indivíduos esgotados, inseguros e ansiosos, sofrendo com a inércia polar, onde a sociedade não progride, mas se movimenta freneticamente sem conexão de sentido. Esses indivíduos, esgotados, escolhem viver de forma alienante, afastando-se ainda mais da boa vida.

CONCLUSÃO

A catástrofe climática que atingiu o Rio Grande do Sul em maio deste ano é um evento sem precedentes. No entanto, há uma visão crescente de que tais eventos não são isolados e podem se tornar frequentes. Este trabalho apresenta uma análise teórica de como uma sociedade regida pela Economia da Atenção lida com estados de calamidade pública.

A Economia da Atenção, conforme proposta por Goldhaber (1996), se baseia na premissa de que, em um mundo inundado por informações, a atenção se torna o recurso mais escasso e valioso. A atenção, portanto, é vista como o principal capital e forma de poder em nossa sociedade contemporânea. Durante episódios de catástrofe, observa-se um movimento de foco da atenção pública no evento. No entanto, essa atenção é mediada por diversos fatores contemporâneos, como redes sociais, algoritmos e interesses do público. A mídia tradicional, ao responder às demandas da atenção social, posiciona a audiência como ator ativo na notícia. Quando a audiência busca informações e demonstra interesse, a mídia a bombardeia com novos fatos. Porém, à medida que o interesse diminui, a mídia também reduz a cobertura da notícia.

Para entender esse fenômeno, é útil recorrer à teoria de Galtung e Ruge (1965) sobre valores-notícia. Eles identificaram critérios que influenciam a seleção e a apresentação de notícias, como intensidade, proximidade, consonância, imprevisibilidade e relevância. Esses critérios ajudam a explicar por que certos eventos atraem mais atenção midiática do que outros. A análise revela que há uma transformação significativa antes e depois do aumento da atenção da mídia à catástrofe no Rio Grande do Sul. Desde a comoção social até a mobilização dos agentes públicos, a atenção é um fator econômico que pode tanto promover transformações quanto

silenciar outras possibilidades. Na economia da atenção, a falta de atenção é sinônimo de inexistência.

Indivíduos contemporâneos, diante de catástrofes, inicialmente enfrentam uma explosão de informações, retroalimentada pelos mecanismos da sociedade da aceleração. Seguem-se momentos de cansaço e esgotamento, levando à retirada do debate sobre a catástrofe do ciclo midiático. Para a mídia, não é interessante promover um local de insatisfação do público.

Catástrofes são difíceis de serem observadas, levantadas e midiaticizadas. A frequente aparição de tragédias televisionadas promove o esgotamento mental, uma realidade cada vez mais comum. No entanto, a promoção do desconforto é essencial para evitar que o tema caia no esquecimento social e para promover mudanças. O desconforto faz parte da notícia e da realidade pós-moderna.

Na sociedade pós-moderna cansada e acelerada, as opções diante de constantes catástrofes são: consumir informações em busca de respostas ou alienar-se da realidade em busca de um horizonte de sentido. A alienação, no entanto, não é eficaz, pois uma boa vida não surge da alienação (Rosa, 2010). No ciclo de aceleração e cansaço em que vivemos, a atenção é um recurso escasso que deve ser utilizado para promover uma crítica da realidade.

Essa análise teórica busca iluminar, através de conceitos da Economia da Atenção e valores-notícia, os fatores que influenciam a cobertura e a percepção das catástrofes. Ao compreender como esses conceitos teóricos se aplicam ao contexto de calamidade pública, espera-se proporcionar uma visão crítica sobre o papel da mídia e da atenção pública na gestão e na resposta a tais eventos.

REFERÊNCIAS

AQUINO, S. D. de; VIEIRA, L. de S. Bem-estar e consumo de notícias durante a pandemia de COVID-19. **Revista Fontes Documentais**, [S. l.], v. 3, n. Ed. Especial, p. 165–174, 2023. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/RFD/article/view/57823>> . Acesso em: 21/05/2024

CALIMAN, L.V. **Os valores da atenção e a atenção como valor**. Estud. pesquis. psicol., Rio de Janeiro, 2008 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812008000300006>. Acesso em: 21/05/2024

DIJCK, José Van; POELL, Thomas; MARTJIN, Waal. **The Platform Society: Public Values in a connective world**. 1. ed. Nova York: Oxford University Press, 2018.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. **Journal of peace research**, v. 2, n. 1, p. 64-90, 1965.

GOLDHABER, Michael H. **The Attention Economy and the Net**, 1997. Disponível em: <<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/519/440>>. Acesso em: 28/03/2024.

GOLDBERG, G. Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation. **New Media Society**, v.13, n.5, p.739-754, Disponível em <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444810379862?journalCode=nmsa>>. Acesso em 21/05/2024.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R., SCHULZ, A.; ANDI, S.; NIELSEN, R. **Reuters Institute Digital News Report 2023**, 2023. Disponível em <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>>. Acesso em: 21/05/2024.

ROSA, Harmurt. **Alienação e aceleração: Por uma teoria crítica da temporalidade tardo-moderna**. Petrópolis: Editora Vozes, 2022.

SUBTIL, F.; GARCIA, J. L. (EDS.). **Mantém o jornalismo uma missão na sociedade contemporânea?** [s.l.] Setenta e quatro, 13 de Julho de 2022.

WOOD, Stacy. **Generation Z as consumers: Trends and innovation**. Institute for Emerging Issues. NC State University. Disponível em: <<https://archive.iei.ncsu.edu/wp-content/uploads/2013/01/GenZConsumers.pdf>>. Acesso em: 21/05/2024

ZAGO, G. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Porto Alegre, UFRGS, 2011.