

TENDÊNCIAS EM FORMATOS EXPRESSIVOS JORNALÍSTICOS NO TIKTOK

TRENDS IN EXPRESSIVE JOURNALISTIC FORMATS ON TIKTOK

Raquel Ritter Longhi¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo mostrar como a atividade jornalística vem ocupando o TikTok. O estudo observa perfis na rede social chinesa em três momentos, de 2021 a 2024, e analisa características próprias desses conteúdos, elencando algumas tendências a partir da identificação de estilos. Os perfis foram escolhidos por apresentarem formatos expressivos que se destacam pelo uso inovador das características originais da plataforma. A metodologia emprega análise de conteúdo de posts selecionados segundo o critério de utilização dos recursos expressivos nativos da plataforma. Os resultados apontam diferentes estilos de conteúdos expressivos jornalísticos, que se desenvolvem de modo gradual na rede chinesa: começam de forma tímida e vão se adaptando às especificidades da plataforma na exploração de suas possibilidades expressivas ao longo dos anos observados. Esses conteúdos apresentam, ainda, inovações narrativas, como a acessibilidade.

Palavras-chave

TikTok; jornalismo; formatos expressivos jornalísticos; jornalismo plataformizado.

Abstract

This article aims to show how journalistic activity has occupied TikTok. The study observes profiles on the Chinese social network at three moments, from 2021 to 2024, and analyzes specific characteristics to this content, listing some trends based on the identification of styles. The profiles were chosen because they present expressive formats that stand out for their innovative use of the platform's original characteristics. The methodology uses content analysis of posts selected according to the criteria for using the platform's native expressive resources. The results point to different styles of expressive journalistic content, which develop gradually on the Chinese network: they begin timidly and adapt to the specificities of the platform in exploring its expressive possibilities over the years observed. These contents also present narrative innovations, such as accessibility.

Keywords

TikTok; journalism; expressive journalistic formats; platformed journalism.

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC/SP). Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: raqlonghi@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7302-1994> Lattes: <https://lattes.cnpq.br/4649814099154237>

Introdução

Pela primeira vez, o TikTok ultrapassou o Twitter (agora denominado X) no interesse por notícias. A informação consta no mais recente relatório de pesquisa do *Reuters Institute for the Study of Journalism/Oxford University*². No Brasil, os dados mostram que o alcance semanal das fontes de notícias de mais destaque, incluindo as redes sociais, diminuiu nos últimos anos, estando as principais redes em trajetória descendente, exceto o TikTok. Essa tendência em relação ao TikTok já vinha sendo identificada em relatórios anteriores, como o de 2023, o qual atestou que a plataforma chinesa estava em segundo lugar na mira dos editores de notícias para 2024 no que tange ao interesse na distribuição de notícias e no engajamento de usuários³.

De fato, a ascensão da rede chinesa tem sido notável desde que chegou ao Ocidente, e o interesse do jornalismo vem crescendo na mesma proporção, fato constatado por relatórios de pesquisa mais recentes, como os do já citado *Reuters* e também do *Pew Research Center*, da Universidade de Columbia. Este último, em 2023, já mostrava que, em um ano, o número de americanos que consomem notícias via TikTok havia duplicado. Esses dados chamam a atenção e indicam que algo está ocorrendo no mundo do jornalismo nas plataformas de mídia social, especialmente no TikTok. O relatório do Reuters de 2024 ouviu profissionais de mídia em seis continentes e 47 mercados, entre janeiro e fevereiro do ano de 2025, e atesta um interesse crescente dos consumidores por redes de vídeo, como TikTok e YouTube. Ainda, segundo o relatório de 2023, essas plataformas estão crescendo de forma extremamente rápida em todo o mundo, impulsionadas por ferramentas de criação e de distribuição cada vez mais poderosas. Elas se tornam, progressivamente, o principal meio pelo qual o público mais jovem acede às suas notícias.

Mesmo que a mídia noticiosa ainda esteja longe de se comparar aos influenciadores digitais no que diz respeito ao interesse dos usuários, o jornalismo está presente no TikTok, como pretendemos mostrar neste trabalho, e busca maneiras criativas de captar audiência. Contas de veículos nacionais têm crescido a cada ano em número de seguidores, comentários e curtidas, evidenciando que o TikTok é, também, um espaço a ser explorado.

Assim, para fornecer um breve cenário de como o jornalismo está se inserindo no TikTok, optamos por uma análise empírica de conteúdos na plataforma com o objetivo de apontar algumas tendências em formatos emergentes. Nesse contexto, definimos uma quinta fase da trajetória de evolução dos formatos noticiosos hipermediáticos, que denominamos “narrativas plataformizadas” (Longhi, 2023), dando sequência à sistematização apontada por Longhi (2014) e trazendo a contribuição de Lago (2022).

2 Digital News Report 2024. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary>>. Acesso em: 10 jun. 2024.

3 Digital News Report 2023. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>>. Acesso em: 10 jun. 2024.

Jornalismo plataformizado, narrativas plataformizadas

É inegável que os avanços nos processos tecnológicos e nos contextos sócio-tecno-culturais afetam a forma como se produz conteúdos no ciberjornalismo⁴. A partir dessa constatação, torna-se evidente que aspectos da dinâmica jornalística sejam intensificados: as vertentes da distribuição e do compartilhamento ganham força com a inovação tecnológica e com a crescente presença do jornalismo nos meios digitais, especialmente com a plataformização da vida cotidiana.

Uma mudança significativa nos formatos expressivos do que se convencionou chamar de grande reportagem multimídia foi observada a partir da primeira metade dos anos 2010, impulsionada pela evolução técnica da linguagem de programação HTML (Longhi, 2014). Em meados da segunda metade dessa década, começavam a se consolidar as narrativas imersivas, que viriam a se fortalecer no que foi considerada uma quarta fase, a do jornalismo imersivo, evidenciada pela utilização de novas tecnologias de captação e produção de conteúdos especialmente imagéticos, como a realidade virtual e a realidade aumentada. Essa fase seria fortemente marcada pelos “[...] usos e apropriações de tecnologias para produções em 360 graus, realidade virtual (RV) e realidade aumentada (RA), as quais ganharam fôlego no jornalismo a partir de 2016” (Lago, 2022, p. 39). De acordo com a proposta dessa autora, identificamos que esse período, que se estendeu aproximadamente de 2015 a 2019, teve como ponto alto a grande quantidade de produções imersivas em realidade virtual, em 360 graus, e o florescimento de conteúdos em realidade aumentada. Nos anos de 2015 a 2017, veículos de legado caracterizam um investimento massivo nessas tecnologias com o lançamento de aplicativos de RV. O fortalecimento do jornalismo imersivo é resultado, em grande parte, da utilização de imagens captadas por drones e do surgimento dos *podcasts*. Diante desse cenário mutante, a quarta fase da evolução de gêneros e formatos no ciberjornalismo se consolida, o que já se anunciava nos idos de 2014, mas que se evidencia a partir de 2015 (ou 2016, segundo alguns autores como Lago), com a ampla adoção de novas tecnologias voltadas à produção jornalística, como drones e processos criativos utilizando a realidade virtual, a realidade aumentada e o jornalismo imersivo. Tal quadro foi marcado, ainda, por um reforço na ideia de experiência, que influenciou a trajetória evolutiva dos formatos jornalísticos, acompanhada do contexto emergente da plataformização.

As tecnologias podem ser importantes, mas não são o fator principal na narrativa do ciberjornalismo. Para cada tecnologia que se instala num cenário criativo e produtivo, é necessário um período de adaptação, durante o qual se exploram diferentes formas de uso dessas ferramentas, além da aceitação por parte da audiência. Nesse contexto, além das tecnologias, observamos a evolução dos modos de produção e de consumo de conteúdo e apontamos o surgimento de uma quinta fase, esta fortemente

4 O uso de termos específicos para definir a prática jornalística nos meios digitais data da primeira década da presença de veículos nesses meios. Alguns autores, como Canavilhas (1999; 2003) e Pavlik (2001), já debatiam sobre qual seria o melhor termo, envolvendo então “Jornalismo Online”, “Jornalismo Digital”, “Webjornalismo”, etc. Neste artigo, optamos por usar o termo “Ciberjornalismo” em referência a um corpo de estudos sobre o jornalismo nos meios digitais que remonta ao período em questão, considerando ser o prefixo “ciber” o que mais se adequava às características do jornalismo nos meios digitais e conectados, como apontava Helder Bastos (2006). Mais recentemente, alguns autores, como Pavlik (2020) e Träsel (2020), continuam usando o termo “Ciberjornalismo”, o que reforça nossa escolha.

caracterizada pela plataformização do jornalismo. O crescimento do jornalismo plataformizado, tendência que desponta a partir de 2013, quando pesquisadores analisam o crescente envolvimento do jornalismo na ecologia das plataformas (Anderson; Bell; Shirky, 2013; D'Andrea, 2019; Vázquez-Herrero; Negreira-Rey; López-García, 2022; Zago; Belochio, 2014), introduz um novo cenário para as narrativas ciberjornalísticas.

Entre as características mais marcantes dessa tendência, destaca-se a conexão entre usuários, espaços e plataformas, principalmente por meio de influências e de retroalimentações. Basta analisar a trajetória do jornalismo nas plataformas de mídia social para encontrarmos iniciativas de formatos expressivos que surgem e se retroalimentam na forma de influências e/ou referências. O caso mais evidente dessa dinâmica é a evolução dos *stories*, que surgiram no Snapchat e que serviram de modelo para os *stories* do Instagram anos mais tarde. Esse formato, caracterizado por conteúdos curtos e visuais, representa um dos principais exemplos de microformato ou formato breve de conteúdo. De fato, a tendência de criar notícias em formatos mais concisos já havia sido iniciada pelo Twitter em 2010, passando pelo Snapchat e, mais recentemente, explodindo com os *stories*. No entanto, foi com a popularização dos *stories* que essa tendência se consolidou, demonstrando a busca do jornalismo por novas formas de conquistar mais audiência nas redes sociais.

A relação com as plataformas e suas práticas é clara: formatos breves foram definidos por Georgakopoulou (2017) como “pequenas histórias” (*small stories*), nos quais a linguagem é vista como performando ações específicas em ambientes específicos e como parte de práticas sociais, moldando e sendo moldadas por essas práticas. Em específico, há trocas interacionais – configuradas pelos aspectos computacionais, econômicos e políticos da conectividade online (D'Andrea, 2019) – e, ao mesmo tempo, instaura-se um desafio para as organizações de mídia, que precisam adaptar seus modelos de produção às novas funcionalidades das redes sociais e aos comportamentos de consumo, como analisam Vázquez-Herrero, Negreira-Rey e López-García (2020).

É dessa forma que apresentamos a quinta fase da evolução dos conteúdos noticiosos hipermediáticos, marcada fortemente pela crescente utilização da ecologia das plataformas na produção de narrativas ciberjornalísticas. Esta fase, que definimos como Jornalismo Plataformizado, apresenta as seguintes características: 1) *Produção* – uso de recursos nativos providos pelas plataformas; 2) *Distribuição e compartilhamento* – potencializados pelas possibilidades das plataformas, especialmente considerando conexão, engajamento e atenção dos usuários; 3) *Explorações de novos modelos de negócio* – programa de membros, pautas e investigações colaborativas; 4) *Reforço no jornalismo imersivo e experiencial*; e 5) *Novos formatos* de histórias em áudio e vídeo – especiais, hiperinfográficos (Longhi e Cordeiro, 2018); *podcasts*; exploração das tecnologias de imagem – *National Geographic*, *NYTimes*, *Folha de S.Paulo*, *Ag. Pública*, etc. – e novos formatos em plataformas de rede social. Nesse cenário, verificam-se, ainda, relações, retroalimentações, influências e contaminações entre plataformas, além de conteúdos que exploram as possibilidades e as características nativas e que resultam em uma riqueza de modos expressivos para a narrativa ciberjornalística.

Há muitos estudos sobre conteúdos jornalísticos nas redes sociais e sobre o jornalismo nas plataformas, porém, recentemente, um outro ator entra nessa lista e parece destacar-se pela sua carga inovativa: o TikTok. Objeto deste artigo, a plataforma chinesa será observada para verificar como o jornalismo tem evoluído na produção de conteúdos nesse ambiente. A metodologia compreendeu a observação sistemática em três períodos: abril e maio de 2021, outubro e novembro de 2022 e novembro de 2023 a junho de 2024, e a consequente classificação de alguns estilos expressivos que envolvem estratégias, referências e contaminações de linguagens. Para dar início à nossa análise, será necessário considerar um aspecto fundamental nos conteúdos expressivos no TikTok, que, aliás, nasce com a plataforma: a performance.

Jornalismo de performance

Talvez o conceito de performance seja o mais adequado para descrever a base principal dos conteúdos no TikTok. Uma característica original, presente desde a criação da plataforma, mas que não é sua exclusividade, se considerarmos os estudos em jornalismo. Alguns autores refletem sobre a performance na televisão, por exemplo, como Kieling (2012), que traz o conceito do performático para programas televisivos. O autor analisa o *Fantástico* do ponto de vista semiótico e o considera um gênero informativo em forma de revista. Ao observar que o programa não segue as “amarras canônicas do telejornal”, considera-o performático (Kieling, 2012). No caso do rádio, que tem na performance uma característica bastante presente, é famoso o episódio “Guerra dos Mundos”, da série de rádio-teatro estadunidense *The Mercury Theatre on the Air*. Apresentado como um episódio de Halloween, em 30 de outubro de 1938, foi narrado pela voz de Orson Welles, que deu uma entonação realista ao fato, evidenciando, dessa forma, uma verdadeira performance teatral.

Para refletir sobre a performance no TikTok, é fundamental, ainda, pensar no termo sob a perspectiva de autores como Paul Zumthor (2014). Quando falou sobre o “saber-ser” para se reportar à performance da leitura, o autor se referia à maneira como a performance se relaciona com os hábitos receptivos como a leitura, considerando a interação entre fruição e conteúdo, ou forma. Para Zumthor, a performance é sempre constitutiva da forma e fortemente marcada pela prática. Essa é, aliás, a noção central do estudo da comunicação oral. O TikTok parece ser o ambiente perfeito para um retorno à oralidade em sua relação com a performance. Desde os vídeos de dancinhas e dublagem, formatos que caracterizam a plataforma, até os vídeos de notícias, no TikTok, verifica-se fortemente a “atuação” do produtor/emissor/etc. Para o jornalismo, isso significa acompanhar estratégias específicas possibilitadas pelo meio, e por isso a característica da performance é tão forte nos conteúdos jornalísticos na plataforma.

Como observam Amaral, Soares e Polivanov (2018), o termo *performance* vem sendo utilizado por campos como a Antropologia, a Linguística, a Sociologia, os estudos de gênero e os estudos de Comunicação, entre outros, com o objetivo de compreender as dinâmicas na construção de identidades e de sociabilidades. Isso inclui tanto sujei-

tos “comuns” quanto célebres, e pode envolver ou não as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Os mesmos autores salientam, ainda, que

Contudo, precisamente pelo fato de sua ampla apropriação, não apenas fica clara sua importância para compreendermos a relação entre comportamentos e ações com as mediações em suas mais variadas instâncias e ambientes midiáticos, como também a necessidade de se delimitar teoricamente o conceito e apontar as especificidades dos fenômenos observados (Amaral; Soares; Polivanov (2018, 2018, p. 65).

Ressaltando a importância desse conceito para os estudos relacionados à tecnologia e ao entretenimento, os autores indicam a necessidade de discutir o termo para analisar diferentes objetos e ambientes mediados pelas tecnologias de comunicação. Para Amaral, Soares e Polivanov (2018, p. 64), falar sobre a ideia de performance “significa enfrentar os problemas da visibilidade em uma época na qual, diante dos constantes acionamentos do corpo, via fotografias, selfies, aparições em sites de redes sociais, a metáfora da teatralidade se faz presente”. Ainda segundo os autores, originalmente o conceito de performance, tal como incorporado pelo inglês anglo-saxônico, dizia respeito a uma espécie de disposição avaliativa sobre as práticas cênicas e corporais:

[...] remonta à ideia de avaliação teatral, indicação de prática em torno do potencial, do talento e de comprometimento com a encenação. Esta ideia de avaliação em torno das competências corporais e cênicas dos indivíduos se espalha nos inúmeros usos da noção de performance: do campo dos negócios, passando pela política, esportes e tudo aquilo que envolve avaliação da relação expressiva do corpo com alguma competência (Amaral; Soares; Polivanov, 2018, p. 67).

Entre as variadas áreas em que se verifica o conceito de performance, a do entretenimento parece ser a marca mais forte de uma plataforma como o TikTok. Pode-se afirmar que a afiliação à performance, na gênese do TikTok, é algo que define a plataforma. Dada a sua origem como aplicativo voltado para danças e dublagens de músicas, a ênfase no entretenimento torna a noção de performance adequada para embasar uma organicidade própria de formatos de conteúdo na plataforma. A marca da performance é tão evidente no TikTok, que até mesmo o jornalismo tem incorporado essa característica, levando ao que estamos considerando um jornalismo *performático*.

Estilos de conteúdo ciberjornalístico no TikTok

fruto de um projeto de pesquisa em andamento, a observação dos conteúdos ciberjornalísticos no TikTok tem sido realizada em etapas desde 2021, quando o jornalismo começava a explorar a plataforma de maneira mais sistemática. Nesse período de quase três anos, foi possível verificar uma trajetória evolutiva desses formatos expressivos, que se iniciou de forma mais tímida e avançou na exploração de novas pos-

sibilidades. Trata-se de pesquisa com abordagem qualitativa, de natureza exploratória. A metodologia utilizada para este trabalho emprega a análise de conteúdo a partir das premissas de Krippendorff (1990, p. 10), ao considerar algumas características fundamentais, como a orientação empírica e exploratória vinculada a fenômenos reais e de finalidade preditiva. O processo começou com leituras flutuantes, como propõe Bardin (1977), adaptadas ao contexto da plataforma TikTok, e que designamos como “observações iniciais flutuantes” de posts jornalísticos. Essas observações proporcionaram um primeiro contato com o universo que mais tarde seria definido para a análise específica. A partir dessa etapa, estabelecemos o modo de verificação e de constituição da amostragem, que seguiu um critério norteador: uma seleção que pudesse abranger tanto perfis de jornais brasileiros como de outros países. Para criar uma amostra representativa, optou-se pelo critério de utilização dos recursos nativos da plataforma nos posts, considerando ainda inovações expressivas presentes nos conteúdos. Como técnica de análise, o trabalho propõe a da expressão, conforme definição de Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2011, p. 302), que “prima pelo formal (plano dos significantes), e não pelo semântico (plano dos significados)”. Dessa forma, para compor categorias de análise, buscamos identificar características de linguagem e narrativa, compostas por recursos expressivos próprios da plataforma; recursos oriundos de retroalimentações com outros modos semióticos e estratégias narrativas. Estas últimas se referem a referências e contaminações de outros tipos de formatos expressivos em plataformas e cenários distintos, como o videoclipe, técnicas artísticas como a colagem, os memes, dentre outros, que serão classificados nos quadros a seguir. Antes de descrever as etapas de observação e os resultados verificados, apresentamos uma tabela com o corpus observado, contendo o nome, número de seguidores e número de likes, para assim dar uma ideia de sua dimensão na plataforma (Tabela 1):

Tabela 1 - Corpus observado

Perfis jornalísticos	Número de seguidores	Número de curtidas (likes)
Jornal Meia Hora (@jornalmeiahora)	221,9 mil	6,8 milhões
Folha de S. Paulo (@folha)	633,9 mil	13,1 milhões
Estadão (@estadao)	1 milhão	19,9 milhões
TV Cultura (@tvcultura)	412,5 mil	5 milhões
Jornal da Record (@jornaldarecord)	1,9 milhões	30,9 milhões
The Washington Post (@washingtonpost)	1,8 milhões	96,1 milhões
Le Monde (@lemondefr)	1,3 milhões	25,1 milhões
Guardian (@guardian)	422,5 mil	10,5 milhões
Vogue France (@voguefrance)	1,8 milhões	54,7 milhões

La Nacion (@lanacioncom)	1,3 milhões	43,7 milhões
Berlin Fresh (@dw_berlinfresh)	509 mil	23,6 milhões
O Dia (@jornalodia)	173 mil	3 milhões
Jornal Metrôpoles (@metropolesoficial)	8,4 milhões	986,7 milhões
Newsweek (@newsweek)	925,8 mil	28,6 milhões

Fonte: Elaboração própria

Primeira etapa de observação - 2021

Na primeira etapa de observação sistemática de conteúdos jornalísticos no TikTok, realizada no ano de 2021, identificamos algumas tendências em formatos expressivos em perfis de veículos jornalísticos como o *Jornal Meia Hora*, a *Folha de S. Paulo*, o *Estadão* e a *TV Cultura*, no caso brasileiro. Entre os perfis jornalísticos de outros países foram escolhidos os do jornal estadunidense *The Washington Post* e do francês *Le Monde*. Tais perfis foram elegidos por apresentarem não apenas um grande número de seguidores e curtidas, mas também formatos expressivos que se destacam pelo uso inovador das características originais da plataforma. Assim, levando em conta as possibilidades nativas da plataforma, as referências a outros formatos midiáticos e expressivos e linguagens, além da contaminação entre plataformas anteriores e contemporâneas ao TikTok, enumeramos a seguir algumas tendências que classificamos como “estilos”:

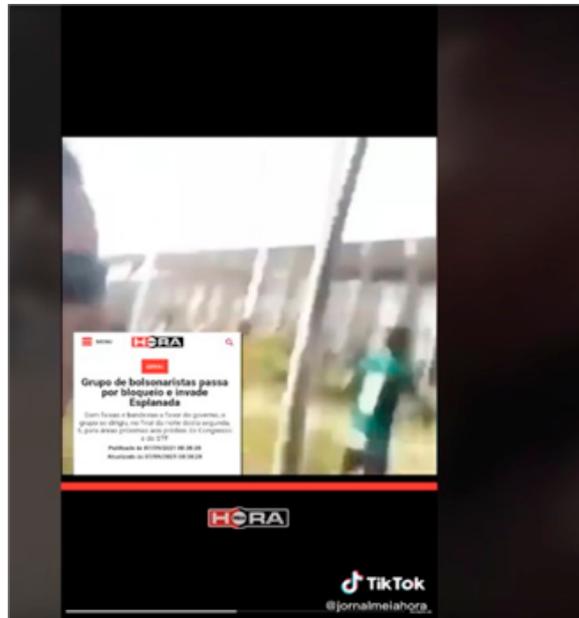
1. o estilo Meme;
2. o estilo Videoclipe;
3. o estilo Apresentador Padrão;
4. o estilo Apresentador Performático; e
5. o estilo Pequenas Histórias.

Assim, os estilos Meme e Videoclipe (Figura 1) derivam de referências e de contaminações entre diferentes meios e linguagens. Em 2021, quando realizamos a observação, já era comum encontrar padrões visuais na maioria dos perfis jornalísticos analisados, como o da *TV Cultura*, da *Folha de S. Paulo*, do *Estadão*, do *Jornal Meia Hora*, entre outros.

Na primeira etapa da observação exploratória, verificou-se um aumento gradual entre os primeiros conteúdos publicados, como os dos perfis do *Jornal da Record* e do *The Washington Post*, escolhidos aqui para representar um veículo brasileiro e um internacional, respectivamente. Esses perfis publicavam, a princípio, conteúdos mais institucionais ou autorreferenciais, como anúncios para conteúdos do próprio meio em outras plataformas. Um exemplo é a menção do apresentador do telejornal da rede Re-

cord na bancada, falando da estreia do programa "A Fazenda"2. Alves (2020) observou, ao analisar um dos primeiros conteúdos da TV Record, a ênfase na ação performática do apresentador e a referência a outro programa da emissora.

Figura 1 - Print de tela estilo Videoclipe no TikTok



Fonte: <https://tinyurl.com/mphmmx49>

Além dessas características, destaca-se também a presença de profissionais do respectivo veículo, o que estamos considerando como "narradores" e definindo tais estilos numa gama que engloba: a) Apresentador Padrão; e b) Apresentador Performático. O primeiro diz respeito àquele comunicador escolhido pelo veículo como a sua "cara" no TikTok, encontrado, por exemplo, nos perfis da *Folha de S. Paulo* e do francês *Le Monde*. Já o Apresentador performático é o profissional narrador que se reveste de papéis relativos a notícias e fatos constantes no referido conteúdo, caso do americano *The Washington Post*. Consideramos o narrador como performático, na maior parte das vezes, porque "atua" de formas variadas com o conteúdo do post e que de fato reflete uma das características mais originais da plataforma: a performance.

O quinto estilo verificado nessa primeira fase de análise foi o que categorizamos como Pequenas Histórias. Ainda que a noção de formatos curtos esteja na raiz da própria definição de posts como os do TikTok, especialmente no ano de 2021, entendemos tal estilo formado por aqueles conteúdos que, no escopo de um post, dão conta de contar histórias completas. Esse é o caso, por exemplo, de conteúdos expressivos como os do francês *Le Monde*. Um post que chamou nossa atenção foi sobre o aniversário do atentado às Torres Gêmeas, que, em 59 segundos, resume toda a história das Torres Gêmeas de Nova Iorque por meio de uma combinação de linguagens e de recursos nativos da plataforma (Figura 2).

Figura 2 - Imagem de post do Le Monde no estilo Pequenas histórias sobre as Torres Gêmeas



Fonte: <https://www.tiktok.com/@lemondefr/video/7007480184970530053>

No Quadro 1, sistematizamos as características básicas de cada um dos estilos do ponto de vista das características de linguagem e narrativa textual e visual encontradas, considerando ainda estratégias relativas específicas, como referências e contaminações. Pode-se notar que há dois âmbitos que regem os formatos verificados: o da inspiração em outras linguagens, caso dos estilos Meme e Videoclipe, e um padrão próprio, resultante da exploração e da combinação das possibilidades nativas da plataforma, caso dos estilos Pequenas Histórias e Apresentador Performático. Já o estilo Apresentador Padrão obedece a referências da linguagem televisiva. Novamente, mesmo que o formato curto seja inerente à plataforma, usamos a expressão “pequenas histórias” a partir de Georgakopoulou (2017), que definiu como *small stories* os formatos nos quais a linguagem é vista como performando ações específicas em ambientes específicos e como parte de práticas sociais, moldando e sendo moldadas por essas práticas.

Quadro 1 - Características próprias dos estilos de conteúdos no TikTok e estratégias específicas - Primeiras observações sistemáticas (2021)

Estilo	Características de linguagem e narrativa	Estratégias
Meme	Inspirado nos memes	Contaminação e referência
Videoclipe	Inspirado na linguagem do videoclipe (edição de imagens de curta duração e música de fundo)	Contaminação e referência
Apresentador Padrão	Inspirado na linguagem televisiva	Referência
Apresentador Performático	Linguagem própria e específica da plataforma	Recursos nativos da plataforma
Pequenas Histórias	Linguagem própria e específica da plataforma	Recursos nativos da plataforma

Fonte: elaboração própria

Segundo período - outubro e novembro de 2022

No segundo período de observação sistemática de conteúdos jornalísticos no TikTok, pode-se perceber um aperfeiçoamento dos formatos, especialmente do ponto de vista da profissionalização do uso da plataforma, considerando ainda um crescimento das habilidades narrativas a partir das características de linguagem específicas e de recursos nativos.

Naquela observação, verificamos que houve uma ampliação no estilo Meme, como no exemplo do post do *Jornal Meia Hora* sobre a vitória de Lula, em que há uma contaminação das linguagens do videoclipe com o meme, como se observa na Figura 3. Para efeitos da nossa observação sistemática, manteremos o estilo Meme, observando essa característica específica, sem olvidar do já verificado estilo Videoclipe.

Figura 3 - Captura de tela do TikTok do *Jornal Meia Hora* - contaminação estilo Meme com Videoclipe



Fonte: <https://tinyurl.com/3j69ddn9>

Uma tendência que despontou na segunda fase de observação sistemática foi o que denominamos “conteúdos explanativos”, verificados em várias contas jornalísticas, como a do jornal carioca *O Dia* (@jornalodia). O termo “explanativo” foi escolhido para trazer para nossa categorização um vocábulo mais adequado ao ambiente da plataforma em tela. Explanar, no dicionário, diz respeito a “que tende a ser compreensível e esclarecedor; explicar com riqueza de detalhes: explanar uma teoria”⁵. Presentes em formatos noticiosos de *hard* e *soft news*, esses conteúdos abordam temas específicos, como racismo estrutural, orçamento secreto, funcionamento de uma CPI, entre outros. O estilo Explanativo viria a se fortalecer nos anos seguintes de nossa observação, também em outros veículos, como veremos adiante. Padrões visuais específicos continuavam a marcar os conteúdos ciberjornalísticos na plataforma, agora também verificados em perfis como os do *Jornal Metrôpoles* (@metropolesoficial), do *Correio Braziliense* (@correio.braziliense), do *Start Uol* (@start_uol), do *Washington Post* (@washingtonpost), da *Newsweek* (@newsweek), do *Jornal O Globo* (@jornaloglobo), da *MSNBC* (@msnbc), entre outros. Em geral, essas visualidades são marcadas por tipologia, cores e fundos distintos em cada perfil. As configurações visuais e de linguagem, porém, são bem mais diversificadas. A maior parte dos perfis varia nos formatos de linguagem e no uso dos recursos nativos da plataforma. Um exemplo é a *Vogue francesa* (@voguefrance), que alterna entre vídeos curtos, curtíssimos e colagens de imagens, especialmente para mostrar desfiles (Figura 4).

Figura 4 - Captura de tela de post da Vogue francesa - desfile de moda e colagem de imagens



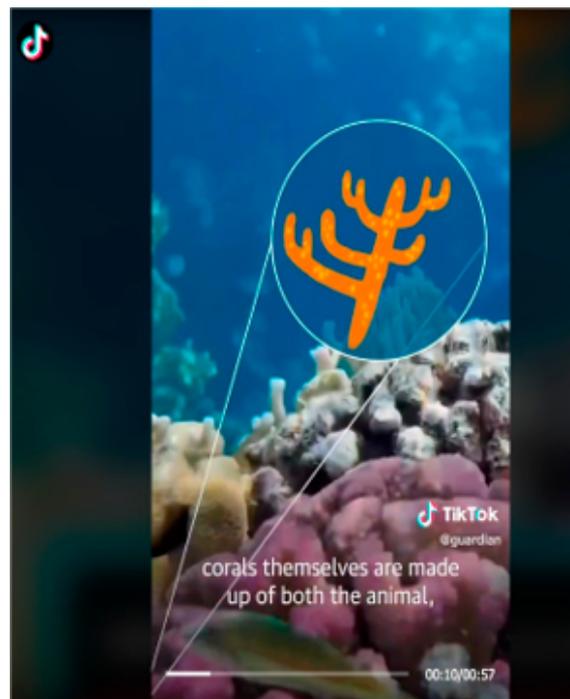
Fonte: <https://tinyurl.com/3f6mre9c>

No período observado em 2022, destaca-se ainda a utilização expressiva de técnicas que podemos considerar “clássicas” na história da cultura e da arte, como as colagens. Embora já tenham sido detectadas nos anos anteriores, ganharam maior proeminência a partir daquela etapa. Além da *Vogue*, outros perfis jornalísticos, como

⁵ Conforme constante no Dicio – Dicionário Online de Português. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/explanar/>>. Acesso em> 22 nov. 2024.

o *Le Monde*, utilizam a colagem, no que definimos como estilo Colagens. Outra forma de visualidade está relacionada à infografia. Perfis como o britânico *The Guardian* (@guardian), ao lado do *Le Monde* (@lemondefr), por exemplo, destacam-se ao explorar a linguagem infográfica nos seus conteúdos, combinando imagens em movimento com ilustrações sobrepostas para mostrar algum detalhe específico. Um exemplo disso é um post sobre corais marítimos ameaçados pelo aquecimento global (Figura 5). Para nosso estudo, definimos este estilo como Infográfico.

Figura 5 - Captura de tela de post do The Guardian com linguagem infográfica



Fonte: <https://tinyurl.com/495jf9ft>

Resumindo, após pouco mais de um ano do período observado, algumas novidades nas configurações expressivas dos conteúdos ciberjornalísticos no TikTok se tornaram evidentes. Para ilustrar essas mudanças, o Quadro 2 apresenta as características e as estratégias específicas identificadas nas observações sistemáticas realizadas em 2022, com novos estilos emergentes. Embora os estilos da primeira fase de observação ainda estejam presentes, neste momento da análise focamos apenas nos estilos verificados nessa etapa. Além disso, esses estilos se beneficiam das novas possibilidades oferecidas pelos limites temporais expandidos para vídeos, que passaram de 30 segundos para até cinco minutos.

Quadro 2 - Características próprias de conteúdos no TikTok e estratégias específicas - Observações sistemáticas em 2022, com novos estilos

Estilo	Características de linguagem e narrativa	Estratégias
Meme/Videoclipe	Padrão visual: meme e videoclipe	Contaminação e referência
Infográfico	Imagens em movimento com sobreposição de infografia	Contaminação e referência; Uso de recursos visuais e expressivos nativos
Colagens	Técnica de colagens sobre imagens	Contaminação e referência; Uso de recursos visuais e expressivos nativos
Explanativo	Texto explanativo sobre algum tema específico	Contaminação e referência; Uso de recursos visuais e expressivos nativos

Fonte: elaboração própria

Conteúdos imersivos, acessibilidade: o terceiro período de análise

O período final de análise deste estudo foi realizado entre novembro de 2023 e junho de 2024. Nessa fase, verificou-se o surgimento de novas tendências em modos expressivos que abrangem acessibilidade, propostas mais imersivas, jornalismo investigativo, modos de fazer e vídeos de longo formato.

No que diz respeito à acessibilidade, chamam a atenção algumas narrativas do perfil da *Deutsche Welle Berlin Fresh* (@dv_berlinfresh), que utilizam um tradutor de língua de sinais para deficientes auditivos. Um post específico, publicado em abril de 2023, acumulou 2.201 comentários até o momento da redação deste artigo, evidenciando o forte impacto dessa inovação na plataforma⁶. Propostas mais imersivas são observadas em conteúdos como os do argentino *La Nación* (@lanacioncom). Um exemplo é um post sobre a vitória de Javier Milei à presidência da Argentina, em que uma câmera subjetiva “sobe” as escadarias da Casa Rosada, exibindo imagens dos vários presidentes argentinos até o eleito em 2023⁷. Esse estilo combina a linguagem cinematográfica com recursos imagéticos para criar uma experiência imersiva no relato. Definimos, assim, como Imersivo.

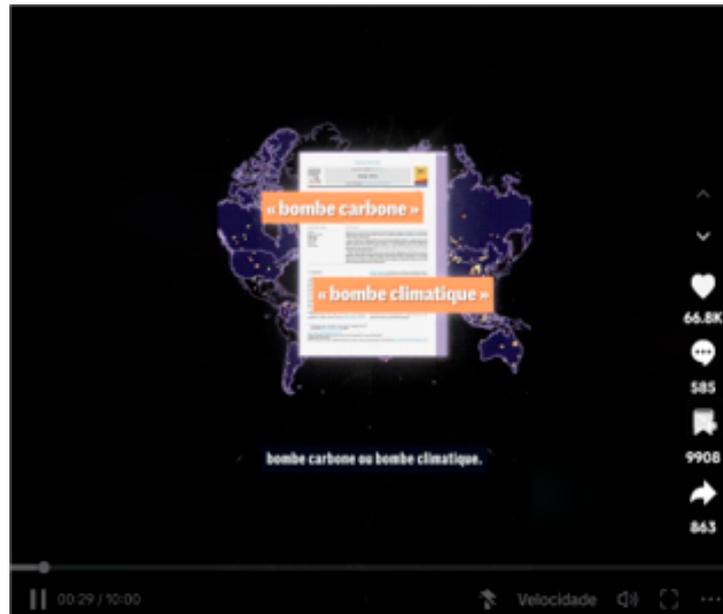
Já os vídeos de longo formato, possibilidade aberta pela rede social mais recentemente, ganharam protagonismo com narrativas como a série *Le Monde Explication*, do perfil do jornal francês *Le Monde*. Trata-se de uma reportagem investigativa de 10 minutos, resultado da colaboração entre diversos veículos internacionais, como *Le Monde*, *Deutsche Welle*, *The Guardian*, *Le Soir* e também organizações não governamentais. A série traz ao TikTok o jornalismo de dados na sua mais completa tradução, oferecendo uma análise detalhada das ameaças climáticas causadas pela emissão de

6 Disponível em: <https://www.tiktok.com/@dw_berlinfresh/video/7223471123793497386>. Acesso em: 18 jul. 2024.

7 Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@lanacioncom/video/7303550511859469573>>. Acesso em: 18 jul. 2024.

carbono, num panorama mundial das “bombas climáticas”, ou “bombas de carbono”, como definidas pela matéria. A narrativa combina texto, narração em voz “over”, imagens estáticas e em movimento, infográficos e muitos dados. Publicado em abril de 2023 (Figura 6), esse conteúdo é, de certa forma, disruptivo, especialmente por ser uma grande reportagem em longo formato, veiculada em uma plataforma criada para vídeos curtos e de entretenimento. Trata-se de um post de 10 minutos que, até junho de 2024, acumulou 585 comentários. Definimos este estilo como Investigativo.

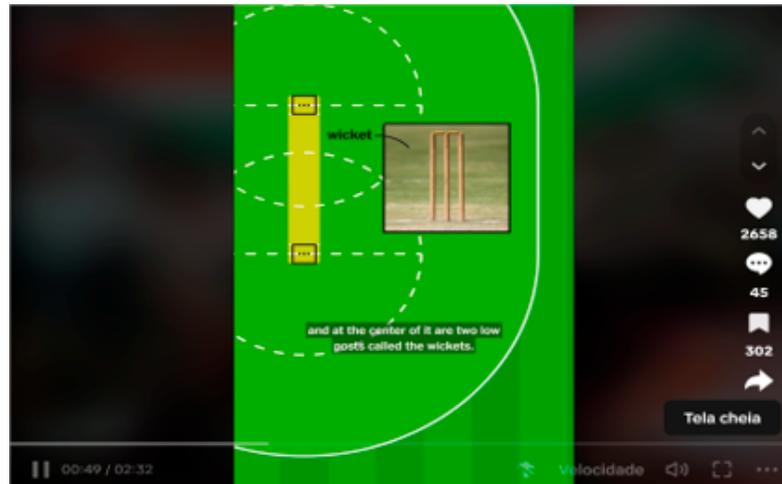
Figura 6 - Conteúdo investigativo de coletivo jornalístico liderado pelo Le Monde



Fonte: <https://www.tiktok.com/@lemondefr/video/7297521919555947809>

Já os estilos Explanativo e Infográfico estão se consolidando cada vez mais nos posts ciberjornalísticos. Como observado no conteúdo de longo formato do *Le Monde*, os infográficos continuam sendo mais fortes do que nunca nos posts jornalísticos no TikTok, agora como modo expressivo imprescindível a alguns estilos, como o Explanativo, o Investigativo e o Modos de Fazer. Esses últimos dizem respeito a posts nos quais geralmente um apresentador mostra em detalhes algum processo, jogo, movimento, etc., como em alguns vídeos do *The New York Times* (Figura 7).

Figura 7 - Print de tela de conteúdo explanativo no perfil do The New York Times



Fonte: <https://www.tiktok.com/@nytimes/video/7302563961256283435>

Dessa forma, os novos estilos identificados na nossa análise são Imersivo, Investigativo, Modos de Fazer e Acessibilidade. A observação mostrou, ainda, um reforço a todos aqueles verificados anteriormente. O Quadro 3 mostra esses estilos e suas características:

Quadro 3 - Características de conteúdos no TikTok e estratégias específicas - Observações sistemáticas em 2023 e 2024, com adição de novos estilos

Estilo	Características de linguagem	Estratégias
Imersivo	Imagens em movimento com câmera subjetiva; sobreposição de imagens	Referência (cinema)
Investigativo	Padrão visual: imagens com sobreposição de dados e gráficos, colagens, voz "over"	Referência (jornalismo de dados e investigativo)
Modos de Fazer	Imagens, colagens, gráficos	Contaminação e referência
Acessibilidade	Imagens, colagens, adição de tradução de linguagem de sinais	Contaminação e referência (colagem e novo elemento, o tradutor)
Longo Formato	Posts de longa duração - 10 minutos ou mais	Referência (narrativas longform e grande reportagem multimídia)

Fonte: elaboração própria

Considerações

A exploração dos espaços digitais de informação e comunicação pelo jornalismo tem se dado desde que a conexão em rede se tornou uma realidade, há pelo menos 30 anos. Ao longo dessa trajetória, a evolução dos formatos noticiosos foi impactada tanto pela tecnologia como também pela forma como nos relacionamos com ela, seja na posição de produtores de conteúdo, seja como consumidores de notícias. Isso não é novidade na história da evolução dos meios e formatos: sempre que se introduz uma nova tecnologia ou modo de fazer, os impactos sobre a atividade são perceptíveis. No caso do jornalismo, examinar esses aspectos ajuda a entender como a arte de contar, seja em grandes reportagens ou em histórias curtas, também pode evoluir. Destacamos que o termo “evolução” é utilizado aqui para marcar uma trajetória na qual explorações das possibilidades técnicas, acompanhadas de mudanças em hábitos sociais e culturais, introduzem novas formas de contar, mas que em nenhum momento substituem formatos já consolidados.

Por meio de um mergulho nas tendências em formatos expressivos ciberjornalísticos no TikTok, este artigo procurou mostrar que o universo das formas expressivas em plataformas de mídia social é vasto, e a cada minuto se abrem novas possibilidades de comunicação e interação por intermédio delas. Embora o estudo tenha focado na identificação de algumas tendências em formatos e conteúdos, é evidente que tais movimentos não resumem o potencial expressivo de plataformas como o TikTok, cenário que se estende também a outras mídias sociais, como Instagram, Twitter, entre outras.

A plataforma TikTok foi utilizada como exemplo ilustrativo de tendências que estão moldando uma quinta fase na evolução dos conteúdos expressivos ciberjornalísticos, em um cenário no qual as plataformas digitais marcam uma nova etapa no desenvolvimento desse tipo de manifestação. Assim, identificamos esta como a fase das narrativas plataformizadas. Trata-se de reforçar um movimento cada vez mais forte do jornalismo no contexto da plataformização, exemplificado pela análise empírica de estilos específicos no TikTok.

Vale ressaltar, ainda, que podemos estar diante de uma tendência para longos formatos, proporcionados pelas novas possibilidades de duração de vídeos na plataforma, algo que o jornalismo já vinha buscando e desenvolvendo em outros tipos de ambientes digitais (e impressos, em momentos anteriores). Após a introdução da funcionalidade de *upload* de vídeos de até 10 minutos em 2022, a plataforma anunciou, em 2023, testes com vídeos de até 30 minutos e, no ano de 2024, com até 60 minutos de duração (Malik, 2024).

Nessa etapa recente de observação, surgem conteúdos mais imersivos, que utilizam câmera subjetiva e *zoom*, incorporando elementos da linguagem cinematográfica, como o encontrado no perfil do argentino *La Nación*, de 2023. Uma surpresa muito positiva nessa nova etapa dos formatos narrativos no TikTok são os posts que apresentam recursos de acessibilidade, como os encontrados no perfil *Berlin Fresh*, captado em abril de 2023, contendo dois narradores, um dos quais traduz o texto para a linguagem

de sinais. O reforço na linguagem infográfica também é uma realidade nos posts jornalísticos de 2023 e, entrando em 2024, em perfis como *The Guardian* e *Le Monde*, como mostrado neste artigo.

Vários outros aspectos poderiam ser considerados em nossa análise, mas optamos por um recorte ligado aos modos expressivos. Trabalhos futuros poderão incluir, por exemplo, o número de seguidores do perfil, o número de curtidas, o número de compartilhamentos, o que ajudaria a medir o alcance desses posts e o impacto do jornalismo na plataforma. Além disso, seria muito importante considerar o funcionamento do algoritmo do TikTok, que, segundo a própria plataforma, leva em conta quatro funções para determinar o que o usuário assiste: o que ele “curte”, o que compartilha e quem segue. Questões como a viralização de conteúdos jornalísticos, o perfil dos consumidores de notícias na plataforma e a “concorrência entre diferentes plataformas” também poderiam e deverão ser objeto de trabalhos futuros.

O artigo procurou demonstrar, a partir da observação e da análise realizadas, que a trajetória dos formatos noticiosos no ciberjornalismo ganha uma quinta fase no contexto das plataformas: a fase das narrativas plataformizadas. Mais do que criar nomes para momentos que se verificam nessa trajetória dos formatos expressivos ciberjornalísticos, o que buscamos é ilustrar um processo criativo do jornalismo na exploração de novos espaços de produção, compartilhamento e distribuição, como são as plataformas de mídia social.

Referências

ALVES, Ian. **Jornalismo no TikTok**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www.jornalismoetiktok.com>>. Acesso em: 18 maio 2021.

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 41, n. 1, p. 63-79, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1809-5844201813>>. Acesso em: 25 mar.2025.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, n. 5, ano 2, São Paulo, p. 30-89, abril/maio/junho 2013.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BASTOS, Helder. Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. **Comunicação E Sociedade**, v. 9, n. 10, p. 103-112, 2006. Disponível em: <<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1218>>. Acesso em: 25 mar. 2025.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. **Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online**, p. 63-73. Covilhã: Livros Labcom, 2003. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/entities/publication/23ebc0eb-ea70-4103-aac5-bc4879035342>>. Acesso em: 25 mar. 2025.

CANAVILHAS, João. **WebJornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web**. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação.

D'ANDREA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**. Conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2019.

GEORGAKOPOULOU, Alexandra. Small stories research: a narrative paradigm for the analysis of social media. In: SLOAN, Luke; QUAN-HAASE, Annabel. **The Sage Handbook of Social Media Research Methods**. London: Sage Publications, 2017. p. 266-281.

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação social**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

KIELING, Alexandre. Apontamentos e indícios do uso da performance como referente nos gêneros televisuais. **Animus. Revista Interamericana De Comunicação Midiática**, v.11, n. 22, 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.5902/217549775375>>. Acesso em: 25 mar. 2025.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido**. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós, 1990.

LAGO, Andréia Munhoz. **Narrativas Jornalísticas Imersivas (NJI)s: estratégias de aproximação com o público**. 2022. 98 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <<https://tinyurl.com/3tv4ca5x>>. Acesso em: 20 ago. 2023.

LONGHI, Raquel R. **Narrativas no jornalismo plataformizado**. Aula na disciplina em rede Estudos e Tendências em Cibercultura, da rede JorTec. Vídeo. 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CrX2kAAYz60>>. Acesso em: 20 jul. 2024.

LONGHI, Raquel R.; CORDEIRO, William. No jornalismo imersivo, o infográfico é hiper. **Revista Líbero**. Ano 21, n. 42, jul./dez. 2018. Disponível em: <<https://tinyurl.com/2fspa7jc>>. Acesso em: 12 jul. 2023.

LONGHI, Raquel R. O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista FAMECOS**, v. 21, n. 3, p. 897-917, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.18660>>. Acesso em: 20 jul. 2024.

MALIK, Aisha. TikTok tests 60-minute video uploads as it continues to take on YouTube. **Tech Crunch**, 16 maio 2024. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2024/05/16/tiktok-upload-60-minute-videos/?guccounter=1>>. Acesso em: 12 jul. 2024.

MATSA, Katerina Eva. More Americans are getting news on TikTok, bucking the trend on other social media sites. **Pew Research Center**, 2022. Disponível em: <<https://tinyurl.com/853dve4d>>. Acesso em: 5 nov. 2022.

NEWMAN, Nic et al. Overview and key findings of the 2023: Digital News Report. **Reuters Institute/Oxford University**, 14 jun. 2023. Disponível em: <<https://tinyurl.com/ckj22rm4>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

PAVLIK, J. V. Ciberjornalismo: muito mais do que notícias no formato digital. **Esferas**, n. 17, p. 18-26, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.31501/esf.v0i17.11708>>. Acesso em: 21 nov. 2024.

TRÄSEL, Marcelo. Continuidades e rupturas: relendo um texto fundamental sobre ciberjornalismo. **Esferas**, n. 17, p. 27-36, 2020. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884920969092>>. Acesso em: 21 nov. 2024.

VÁZQUEZ-HERRERO, Jorge; NEGREIRA-REY, María-Cruz; LÓPEZ-GARCÍA, Xosé. Let's dance the news! How the news media are adapting to TikTok. **Journalism**, v. 23, n. 8, p. 1717-1735, 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1464884920969092>>. Acesso em: 16 jul. 2023.

ZAGO, Gabriela da Silva; BELOCHIO, Vivian. Remediação da experiência de consumo de notícias em sites de redes sociais. **Contemporânea**, v. 12, n. 1, p. 90-106, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.9771/contemporanea.v12i1.9741>>. Acesso em: 25 mar. 2025.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. Tradução de Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. São Paulo: Cosac e Naify, 2014.

Recebido em: 24 ago. 2024
Aprovado em: 15 nov. 2024