

Jornalismo no TikTok e Audiência Jovem

ANDRINE TEIXEIRA¹

SILVIA MEIRELLES LEITE²

¹Universidade Federal de Pelotas – andrineteixeiragarcia@gmail.com

²Universidade Federal de pelotas – silviameirelles@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento das mídias sociais, tornou-se evidente a necessidade de que a narrativa jornalística trabalhe com características próprias da linguagem contemporânea. Observa-se que as narrativas são moldadas conforme a temática, resultando em variações técnicas em suas produções (LONGHI e PICCININ, 2024). Utilizando o TikTok como objeto de estudo, percebe-se que, em consonância com o que Bauman (2000) argumenta, há uma grande dispersão entre os receptores das mensagens, o que destaca a necessidade de capturar a atenção em mais de um momento ao longo do vídeo. Isso é feito por meio da inserção de outras mídias que também estimulem a atenção. Assim, o jornalismo proposto nas plataformas digitais pode ser caracterizado como hipermediático (LONGHI e PICCININ, 2024).

A plataforma do TikTok tende a ter uma dinâmica de produção caracterizada pela busca de interação, considerando as possibilidades de engajamento. Nota-se que a presença do jornalismo nas plataformas digitais exige a adaptação para diferentes formatos, com vídeos curtos e verticalizados, que se alinham ao padrão dos smartphones, assemelhando-se a pequenas histórias (LONGHI e PICCININ, 2024). Além disso, a linguagem utilizada tende a ser menos complexa e mais coloquial, modulando-se de acordo com as expectativas do grande público.

Assim, este trabalho mostra-se importante por focar a necessidade de adaptação do jornalismo às transformações tecnológicas e culturais, para que as gerações atuais tenham acesso à informação devidamente checada, por mais que o canal se modifique. Deste modo, tem como objetivo analisar vídeos com maiores médias de tempo de visualização e de porcentagem de assistido até o final do perfil @verifatodigital no tiktok, com ênfase para dados sobre o acesso e o desenvolvimento dos conteúdos. Essa análise subsidia futuros encaminhamentos sobre o projeto VeriFato e contribui para qualificar a produção de conteúdos jornalísticos para o TikTok.

2. ATIVIDADES REALIZADAS

O levantamento foi realizado através da análise de 42 vídeos postados na conta do TikTok do projeto @verifatodigital, considerando apenas as publicações feitas no ano de 2024, entre 01 de fevereiro e 21 de agosto. Os dados sobre a audiência dos vídeos foram coletados entre 23 e 27 de agosto. A partir da análise dos dados, foi criada uma tabela na qual é identificado cada vídeo e pontuado os seguintes aspectos: tempo de vídeo, número de visualizações, tempo médio de

views, porcentagem de usuários que assistiram ao vídeo até o final e gênero do público. Após o levantamento, foi calculada a média de cada tópico, resultando em aproximadamente 508 visualizações, 77 segundos de duração por vídeo, tempo médio de views em 9,1 segundos, com uma média de 1,58% do público assistindo o vídeo até o fim, e 74% desse público sendo feminino.

Em todos os vídeos, a maior parte das visualizações veio de espectadores entre 18 e 24 anos (58.1%), seguidos pelo grupo de 25 a 34 anos (23.5%) e, depois, de 35 a 44 anos (9.2%), confirmando que os usuários da plataforma tendem a ser pessoas mais jovens. Dentre essas publicações, foram destacados os cinco vídeos com maior tempo de visualização e outros cinco com maior porcentagem de assistido até o final, resultando em oito vídeos no total (Tabela 1).

Tabela 1: Dados referentes aos 5 vídeos de mais destaque entre tempo médio de visualização e de quem assistiu o vídeo completo

Tema do Vídeo	Tempo médio de views	Assistiu o vídeo completo	Destaque na cabeça	Destaque no corpo	Destaque no pé
Medalha do Caio Bonfim	12.4 seg	4.5%	Uma pergunta sobre a importância da medalha e chama o público.	Fala da Bolsa atleta e apoio familiar, prendendo pela empatia.	Encerra com a pergunta.
Novos Uniformes da Bélgica	10.3 seg	3.61%	Desperta curiosidade	Ilustrações com várias imagens	Pergunta a opinião do espectador
Significado do dia 8 de março	8.4 seg	3.54%	Pergunta sobre o significado da data	Curiosidades a respeito	Mensagem mais direta ao espectador
Enredo de uma escola de samba inspirada em um livro	9.8 seg	3.12%	Informação vaga que prende pela curiosidade	Nota da Escola a respeito do livro	Menciona Mariele Franco, figura pública famosa
Início das Olimpíadas	6.9 seg	2.93%	Inicia com humor e realiza uma pergunta	Pergunta das chances do Brasil em Paris	Pergunta ao público sobre o assunto
W. Camargo acerca dos casos de racismo	18.8 seg	2.28%	A cabeça tem o lead de entrada, depois vem uma pergunta	Pergunta sobre a fala racista	Interage muito com o público e finaliza com uma pergunta
Cobertura das enchentes	12.8 seg	2.76%	Pergunta se conhece sobre o papel do jornalismo em situações de crise	Aponta o problema das fake news e insere um vídeo apelativo	Chama o público para interação
Música sobre a ilha de Marajó	13.5 seg	1.45%	Pergunta se conhece a música e faz uma chamada	Destaca situações mais chocantes	Cita os Estados do norte e aponta o esquecimento deles

A primeira publicação analisada foi a respeito de Caio Bonfim, medalhista olímpico. Esse vídeo teve a 4ª maior média de views (12,04 segundos) e ficou em 1º lugar na porcentagem de visualização completa (4,5%).

A cabeça¹ do vídeo continha uma pergunta direta ao público. O corpo² traz informações que tendem a despertar a empatia nas pessoas, apelando para o lado emocional, enquanto o pé³ finaliza com uma segunda pergunta direta. Sendo o vídeo de maior destaque entre os dois tópicos, podemos associar esse maior alcance a alguns fatores, tais como o assunto ser factual e muito viralizado nas redes, a linguagem coloquial utilizada, a interação por meio de perguntas, e o tempo de vídeo, que é relativamente curto em relação a outros no perfil, com 103 segundos.

Em outra publicação, sobre o lançamento dos uniformes da Bélgica, obteve-se um bom resultado utilizando uma abordagem diferente. A introdução do vídeo apresentava uma afirmativa que capturou o interesse do espectador. No desenvolvimento, o vídeo aborda um assunto mais polêmico, discutindo o racismo envolvido na criação do personagem que inspirou os uniformes. O encerramento inclui uma pergunta, incentivando a interação com o espectador. É importante destacar que a média de visualizações alcançou 10,3 segundos, momento em que o apresentador sai de cena, sugerindo que a presença dele teve um impacto significativo na retenção da audiência.

As duas publicações com maior tempo de tela abordam temas polêmicos e amplamente viralizados em diversas esferas, ao contrário de temas esportivos, por exemplo, que tendem a viralizar apenas entre os que acompanham esse gênero específico. Embora o público esportivo seja grande, o alcance desses temas geralmente fica restrito a esse grupo. Em contraste, questões como racismo ultrapassam barreiras e têm impacto em esferas políticas, sociais, culturais e até mesmo populares.

Após as análises, foi publicado, dia 17 de setembro, no TikTok um vídeo a respeito da criação da vacina brasileira contra a Mpox, considerando que o tempo médio de visualização se mantinha até o momento em que a imagem do apresentador saía da tela, o apresentador aparece o tempo todo. Ainda sim, foram adicionadas imagens e vídeos complementares na parte inferior da tela.

No dia 20 de setembro, três dias após a publicação, esse mesmo vídeo alcançou uma marca de 4.49% de visualizações até o fim, um excelente índice quando comparado aos demais, além de 11.7 segundos de tempo médio de visualização, se dando até o momento em que a introdução do vídeo se encerra. Tudo isso com apenas 170 visualizações.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto analisou o consumo de conteúdo informativo por parte do público jovem na plataforma TikTok. Com base nos dados levantados, constatou-se que esse público tende a ser mais disperso, o que evidencia a necessidade de marcas de locução mais claras e chamativas. Além disso, ressalta-se a importância da atualidade dos temas abordados, garantindo que os assuntos sejam recentes e relevantes para atrair maior interesse e da exigência da presença do apresentador para manter a audiência.

¹ cabeça: Introdução do vídeo; Momento em para chamar o interesse da audiência

² corpo: Explicação sobre o tema do vídeo, é a parte mais longa do vídeo.

³ pé: Finalização; Momento em que se chama para interagir

Em conclusão, o projeto buscou compreender os interesses da geração Z como audiência, e os resultados indicam a necessidade de adaptações mencionadas anteriormente. Embora a geração Z continue consumindo conteúdo jornalístico no TikTok, o faz de maneira mais dispersa e com preferência por formatos dinâmicos e envolventes. Essas adaptações são fundamentais para manter o engajamento desse público e assegurar a relevância do conteúdo jornalístico na plataforma.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **44 cartas do mundo moderno líquido**. Tradução: Vera Pereira. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

DE MATTOS, F. S. **Plataformização da notícias e consumo de informação: tendências do jornalismo em um novo ambiente informacional**. Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 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 20 de set. 2024.

LONGHI, R.R; PICCNIN, F. Narrativas audiovisuais no jornalismo plataformizado. In: CHRISTOFOLETTI, R; SILVA, T. **Jornalismo: reflexão e inflexão**. 1. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2024. Cap.10, p.192-210.