



## Metrópoles no Tiktok: desafios e adaptações para o jornalismo na era digital

**Ana Luiza Duarte**

Mestranda em Tecnologias, Linguagens e Inovação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e bolsista CAPES.

analuduarte@gmail.com

**Lara de Souza Hinkel**

Mestranda em Tecnologias, Linguagens e Inovação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

**Mariela Cancelier**

Mestranda em Tecnologias, Linguagens e Inovação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

A Era Digital<sup>1</sup> transformou profundamente o jornalismo nos últimos anos, alterando não apenas a forma como as notícias são produzidas, mas também como são consumidas. As redes sociais possibilitaram que qualquer pessoa produzisse conteúdo informativo, aspecto que se torna ainda mais relevante considerando que, conforme Kemp (2024) aponta, "5,75 bilhões de pessoas atualmente usam um telefone celular, o que equivale a 70,3% da população mundial. O total global de usuários cresceu em 119 milhões nos últimos 12 meses, resultando em um crescimento anual de 2,1%".

Esse fenômeno democratizou o acesso à informação, mas também impôs desafios significativos aos veículos de mídia tradicionais, que precisaram se adaptar a novos formatos. Entre essas adaptações, destacam-se os vídeos curtos, a linguagem descontraída e a necessidade de capturar a atenção do público nos primeiros segundos. No entanto, essa transformação levanta questões cruciais sobre o papel do jornalista em meio à ascensão dos influenciadores digitais e a manutenção da ética jornalística. O jornalismo convergente permitiu uma associação não linear de informações, por meio do hipertexto, por exemplo, descentralizando o acesso às notícias. Além disso, os veículos de comunicação tradicionais, que também estão inseridos no ambiente online, passaram a oferecer espaços para debates, seja por meio

de seções de comentários, seja pela reprodução de conteúdos audiovisuais gerados pelos próprios espectadores – o chamado "repost".

Klein (2015) afirma que os circuitos comunicacionais informativos permitem que os veículos jornalísticos criem estratégias de direcionamento ao público a partir das plataformas de publicação de conteúdo na internet. Devido ao seu amplo alcance, essas plataformas estão sendo cada vez mais utilizadas pelo jornalismo. Esse sensacionalismo na imprensa pode ser classificado por Quintana (2021) como um viés editorial em que as notícias assumem um tom exagerado para aumentar a audiência. Josephi (2016), por sua vez, destaca que a Era Digital impõe a necessidade de reavaliar os padrões e práticas tradicionais do jornalismo para preservar sua credibilidade e qualidade. Longhi (2023) complementa essa discussão ao explorar os gêneros e formatos do jornalismo platformizado, analisando como os veículos de comunicação têm se adaptado aos novos ambientes digitais. A autora enfatiza que "a adaptação é inevitável e necessária, mas deve ser feita com cautela para não comprometer os princípios éticos do jornalismo" (Longhi, 2023, p. 45).

Dessa forma, para concluir nossas referências, Bucher e Hellmond (2018) oferecem uma análise abrangente sobre a integração das mídias sociais no jornalismo, discutindo tanto as oportunidades quanto os desafios decorrentes da convergência entre as práticas jornalísticas tradicionais e as novas mídias. Segundo os autores, "a utilização de mídias sociais no jornalismo oferece tanto a oportunidade de maior engajamento com o público quanto o

<sup>1</sup> Utilizaremos a descrição de Manuel Castells (2003), teórico da comunicação que define a Era Digital pela formação de uma sociedade em rede, onde a comunicação e o acesso à informação são mediados principalmente por dispositivos digitais. Assim, consideramos o período dos anos 90 em diante, após a popularização da internet.

risco de erosão da confiança devido à rápida disseminação de informações não verificadas" (Bucher & Hellmond, 2018, p. 240).

Diante desse cenário de conectividade global e acesso quase irrestrito a notícias, surge a seguinte questão: como o jornalismo está se adaptando aos novos formatos, garantindo o engajamento necessário para atingir públicos distintos sem perder sua técnica e, ao menos minimamente, seguir os códigos de conduta da categoria?

Para teorizar sobre esta pergunta, nos propomos a analisar um veículo de jornalismo tradicional no TikTok<sup>2</sup>. Justificamos a escolha pelo fato do Brasil ser o terceiro país com a maior audiência no TikTok e um dos que mais recebem publicidade na plataforma, o que evidencia o tempo de uso do aplicativo no país (Kemp, 2024).

Em relação a escolha da conta a ser analisada, utilizamos o exemplo do canal Metrópoles no Instagram – um portal de notícias digital brasileiro fundado em 2015, em Brasília, com o objetivo de oferecer conteúdo jornalístico de qualidade para um público amplo, com foco em política, economia, cultura, e outros temas relevantes do cenário nacional. O jornal utiliza as redes sociais canais de divulgação para suas reportagens, mas também como um espaço para criar vínculos diretos com seus leitores. A partir de postagens interativas, enquetes, debates e até mesmo a produção de conteúdos multimídia como vídeos e infográficos, o Metrópoles consegue engajar o público de forma mais ativa e próxima.

No entanto, essa busca incessante por engajamento nas redes também implica um desafio para o jornal: a necessidade de equilibrar o apelo popular com a responsabilidade jornalística. A pressão por gerar cliques e reações pode induzir à criação de títulos sensacionalistas ou à priorização de temas com grande potencial de viralização, o que pode prejudicar a profundidade das reportagens. Nesse contexto, o Metrópoles se vê diante do

<sup>2</sup> TikTok é uma rede social baseada no compartilhamento de vídeos curtos, lançada pela empresa chinesa ByteDance em 2016.

desafio de manter a ética jornalística, ao mesmo tempo em que aproveita as características das redes sociais para expandir sua presença digital e interagir com um público cada vez mais exigente e conectado.

Para desenhar nossa metodologia e auxiliar e responder ao problema de pesquisa, este estudo baseia-se nos preceitos de Análise de Conteúdo, de Bardin (2011), que envolve o texto verbal e o audiovisual, mais precisamente da categorização.

A categorização permite com que o pesquisador obtenha dados brutos e interprete-os, por meio da própria perspectiva, de modo que, ao classificá-los em categorias, impõe uma investigação do que cada elemento tem em comum, o que justifica a escolha para esse trabalho. Sendo assim, Bardin ainda define a categoria como "uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo gênero (analogia), com critérios previamente definidos" (Bardin, 2011, p. 147).

Para desenvolver o trabalho proposto, estabeleceu-se um corpus no qual pudessem estar contemplados as publicações de TikTok de determinado veículo, limitados as últimas 24 horas, para uma análise mais detalhada e precisa. Dessa forma, foi escolhido o perfil do Metrópoles, com mais de 10,6 milhões de seguidores, por ser um dos maiores portais do país, de acordo com dados de março de 2025, período de execução desse trabalho. Os conteúdos foram definidos a partir de uma pesquisa exploratória na rede social, limitada a um veículo brasileiro, e que contemplou apenas o período determinado.

Além do referencial teórico, para contemplar os resultados, o artigo também discorre sobre quais critérios de noticiabilidade, com base no que foi estabelecido por Traquina (2005), são mais relevantes para publicação nesta plataforma de vídeos curtos. De acordo com Mauro Wolf, os critérios de noticiabilidade são constituídos por uma série de requisitos exigentes para os eventos, "do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos

e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas-, para adquirir a existência pública de notícia." (Wolf, 1999, p.195). Portanto, os critérios de noticiabilidade são utilizados como uma ferramenta para os jornalistas realizarem a seletividade dos fatos, de modo menos subjetivo e que busque o ideal da objetividade, isto é, a credibilidade do jornalista em ser fiel aos fatos.

Com o potencial online de alcançar diversos públicos, o jornalismo – tanto como forma teórica de conhecimento quanto como profissão – precisa se esforçar para que suas produções ultrapassem as limitações impostas pelos algoritmos, alcançando múltiplas bolhas informacionais. Esse esforço é necessário para manter seu papel de mediador no espaço público digital, buscando garantir uma informação transparente, objetiva e acessível em um ambiente marcado pela fragmentação informacional.

O jornalismo digital está em constante reinvenção, e através deste estudo pudemos considerar que a adaptação do jornalismo digital aos novos formatos das redes sociais, como vídeos curtos e narrativas multimídia, é eficaz, mas pode comprometer a profundidade e a qualidade das informações. A democratização da informação, embora amplie a participação, também traz o risco da disseminação de notícias falsas, especialmente em momentos críticos. Nesse contexto, a ética jornalística permanece essencial, e os veículos precisam equilibrar inovação com precisão, transparência e verificação rigorosa dos fatos.

Palavras-chave:

Jornalismo. TikTok. Metrópoles. Redes Sociais. Era Digital.

## Referências

- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. The affordances of social media platforms. In: BURGESS, Jean; POELL, Thomas; MARWICK, Alice (Eds.). *The SAGE handbook of social media*. London and New York: SAGE Publications Ltd, 2018. P. 233-253.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

JOSEPHI, Beate. Journalistic professionalism in the digital age. University of Sydney, 2016.

KEMP, Simon. Digital 2024 October Global Statshot Report. DataReportal, 23 out. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-october-global-statshot>. Acesso em: 23 mar. 2025.

KLEIN, Eloisa. A mediatização de temáticas públicas via recomposição e circulação em rede de conteúdos de coberturas de crimes. 2015.

LONGHI, Raquel Ritter. Gêneros e formatos no jornalismo plataformizado. 2023.

QUINTANA, Luana Ely. O sensacionalismo no The New York Times: análise sobre o caso do serial killer Ted Bundy. 2021.

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

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