

Informação no TikTok: a criação de um novo jornalismo e a reconfiguração da Novaslândia¹

Raí Gabriel de Castro GOMES²

Iluska Maria da Silva COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo compreender quais mudanças o TikTok tem provocado no jornalismo. Partindo da ideia de Kovach e Rosenstiel (2003) de que “cada geração cria seu próprio jornalismo”, consideramos que o campo do jornalismo, o qual Nelson Traquina denomina “Novaslândia”, sofre uma série de reconfigurações em sua cultura a partir da utilização da plataforma por veículos jornalísticos. Como metodologia combinamos uma revisão bibliográfica — passando pelos conceitos de identidade/cultura (Hall, 2006) e de campo simbólico (Bourdieu, 1989), em diálogo com as teorias do jornalismo de Traquina (2005) — e uma pesquisa documental. O objeto desta pesquisa são vídeos do TikTok do Estadão publicados entre maio e junho de 2023, observados segundo os procedimentos do método da Análise da Materialidade Visual.

PALAVRAS-CHAVE: TikTok; jornalismo; identidade; cultura; teorias do jornalismo

INTRODUÇÃO

No livro “Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir”, os jornalistas americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel, ao discutirem as transformações experimentadas pelo jornalismo ao longo de sua história, defendem a máxima de que “cada geração cria seu próprio jornalismo” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 33).

Em diálogo sobre o tema central da obra — a função do jornalismo —, os autores concluem que, embora a finalidade desse ofício — a de fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar, como definem — tenha permanecido constante ao longo dos anos, a história revela mudanças na maneira de se fazer jornalismo.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestrando do PPGCOM da Faculdade de Comunicação da UFJF, integrante do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual. E-mail: raidecastro9@gmail.com.

³ Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp). Docente do curso de jornalismo e do PPGCOM (UFJF), é coordenadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA), vinculado à Rede TeleJor, e desenvolve pesquisas com financiamento da FAPEMIG, Capes e CNPq. E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br.

Essas mudanças, segundo Kovach e Rosenstiel, estão relacionadas principalmente a transformações nas técnicas de produção e veiculação de notícias, ou seja, estão diretamente relacionadas a implicações no trabalho prático dos jornalistas — que passam, então, ao longo do tempo e em conformidade com a natureza de cada geração, a apreender e empreender novos saberes.

É possível considerar que o próprio campo do jornalismo — a que Nelson Traquina (2005) chama de ‘Novaslândia’ — é atravessado por esse processo de mudanças. Hall (2006), ao discutir o conceito de identidade relacionada a culturas nacionais, considera que sociedades são atravessadas — e, partir daí, reconfiguradas — por novas combinações de espaço-tempo, influenciadas pelo que define como globalização.

A partir dessa analogia, é possível conceber ainda a ideia de que a “pátria dos membros da tribo jornalística” (TRAQUINA, 2005, p. 13), constituída de uma “identidade unificada” — organizada sob “aspectos culturais” específicos, como as maneiras de agir, de falar, de ver etc. de seus membros (ou seja, dos jornalistas), descritas na teoria de Traquina —, ao ser atravessada pelas mudanças provocadas pela revolução tecnológica digital, também sofre reconfigurações.

Sendo assim, que faces o jornalismo assume, então, a partir do surgimento do TikTok, aplicativo de vídeos curtos utilizado hoje por um número expressivos de veículos de notícias e apontado por Gomes (2022) como uma plataforma potencial para a atividade jornalística?

O propósito deste trabalho é compreender, a partir da análise de conteúdos produzidos no perfil do jornal O Estado de S. Paulo, no TikTok, quais mudanças a plataforma tem provocado no jornalismo a partir de suas affordances e de sua linguagem nativa.

Como metodologia, consideramos uma revisão bibliográfica — passando pelos conceitos de cultura/identidade de Hall (2006) e de campo simbólico (Boudieu, 1989), apresentados aqui em diálogo com as teorias do jornalismo de Traquina (2005) — acompanhada de uma pesquisa documental. O objeto desta pesquisa são vídeos do TikTok do Estadão publicados entre maio e junho de 2023, observados segundo os procedimentos do método da Análise da Materialidade Visual (AMA), proposto por Coutinho (2016, 2018) e desenvolvido nas pesquisas realizadas no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA).

OS ‘JORNALISMOS’ ATRAVÉS DAS GERAÇÕES

Embora Kovach e Rosenstiel não tenham se preocupado em elaborar no livro um secionamento exato dos períodos demarcados pelas transformações experimentadas pelo jornalismo, os autores discorrem no texto sobre os desafios enfrentados pelo ofício desde seu

surgimento (ambos defendem que o jornalismo tenha surgido no começo do século 17) até os tempos atuais, aos quais denominam “era da eletrônica”.

Para apontarmos aqui, então, de forma mais clara os ‘jornalisms’ criados através das gerações, recorreremos inicialmente à classificação de Ciro Marcondes Filho sobre as fases do jornalismo, que contemplam — embora com certa variação quanto ao marco inicial⁴ — o espectro temporal assinalado por Kovach e Rosenstiel, e às classificações de Luciana Mielniczuk, Carla Schwingel e Suzana Barbosa sobre as fases do jornalismo digital, que expandem em detalhes a última fase assinalada por Marcondes e abarca transformações mais recentes experimentadas pelo jornalismo.

Segundo Marcondes Filho (2000), a primeira fase do jornalismo — chamada pelo autor de “primeiro jornalismo” —, demarcada a partir de 1789, é caracterizada por jornais impressos, de cunho político-literário, com viés pedagógico e de formação política e com fins econômicos em segundo plano. Nessa fase, ocorre também a profissionalização do jornalismo.

É a época de ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos, de todas as idéias. Época também em que o jornal se profissionaliza: surge a redação como um setor específico, o diretor torna-se uma instância diferente da do editor, impõe-se o artigo de fundo e a autonomia redacional. (MARCONDES FILHO, 2000, pp. 11,12).

O segundo jornalismo, tido a partir da metade do século 19, é caracterizado pelos jornais como grandes empresas capitalistas, dotadas de inovação tecnológica nos processos de produção dos jornais, com intenso processo de mercantilização das notícias e inserção massiva de publicidade nas páginas. Nessa fase aparecem as manchetes, os destaques, as reportagens, trabalha-se e investe-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas de primeira página e surgem alguns dos valores dominantes do jornalismo, como o furo, a objetividade e a atualidade.

E é essa nova imprensa, como objeto de alto investimento de capital, que manterá as características originais da atividade jornalística: a busca da notícia, o “furo”, o caráter de atualidade, a aparência de neutralidade, em suma, o “caráter libertário e independente”. É a imprensa de massa, objeto de uma troca singular, mas não muito rara nem muito estranha na história da imprensa: desaparece a liberdade e em contrapartida se obtém mais entretenimento (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14).

⁴ Para Kovach e Rosenstiel, o jornalismo surge no início do século 17 — mais especificamente em 1609 —, quando os primeiros jornais começavam a aparecer em cafés ingleses. Já para Ciro Marcondes Filho, o jornalismo surge no fim do século 17, em 1789, na onda da Revolução Francesa (embora assumo, assim como Kovach e Rosenstiel, que um século e meio antes já houvessem jornais).

A partir do século 20, surge o terceiro jornalismo, caracterizado pelo monopólio das empresas jornalísticas e pela competição com novas formas de comunicação, como a indústria publicitária e a de relações públicas. Nessa fase, os jornais começam a imprimir grandes tiragens, abraçam a fotografia e se organizam em editorias.

No entre-guerras, seguindo o *Excelsior* (1910), e graças ao belinógrafo, os jornais conquistam a fotografia. Seu conteúdo já está melhor estruturado (grandes rubricas políticas ou literárias, páginas-magazines: esporte, cinema, rádio, turismo, rubricas infantis e femininas) (FEYEL, 1993, p. 967 apud MARCONDES FILHO, 2000, p. 25)

O quarto e último jornalismo — também chamado por Ciro Marcondes Filho de jornalismo da era tecnológica — surge no fim do século 20 e é caracterizado pela expansão da indústria da consciência⁵ no plano das estratégias de comunicação e persuasão dentro do noticiário e da informação, pelo surgimento da assessoria de imprensa e pela “substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 30).

Nessa fase — que abarca transformações mais brutas no jornalismo —, surgem os repórteres, os analistas e os comentaristas, inicia-se a virtualização dos jornais impressos e acontece uma mudança radical tanto nos conteúdos dos jornais, provocada pelas novas técnicas, quanto na rotina dos jornalistas.

Em relação ao trabalho, o homem de redação, acostumado a escrever sobre o papel, a participar fisicamente do ambiente com os colegas, a ver seu produto “realizado” como um jornal, passa a se submeter à lógica imaterial da tecnologia (mais difundida nos meios visuais) e a se adaptar à completa volatilização do ambiente de trabalho, do seu trabalho e do produto final “jornal”. Isso tanto aumenta a sobrecarga de trabalho do jornalista, quanto o reduz cada vez mais a si mesmo. Além disso, a tecnologia imprime seu ritmo e sua lógica às relações de trabalho, definindo os novos profissionais, a nova ética de trabalho, em suma, um outro mundo, que mal deixa entrever os sinais do que se convencionou chamar no passado de “jornalismo” (MARCONDES FILHO, 2000, pp. 30,31).

O quarto jornalismo é marcado também pelo surgimento de novas linguagens, pela precedência da imagem sobre as palavras, pela compressão do texto, pela primazia ao tempo real, pelo jornalista com capacidade redacional diversa e pelo apreço a “assuntos associados ao curioso, ao insólito, ao imageticamente impressionante” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 31).

⁵ Para Ciro Marcondes Filho, “indústria da consciência” é um novo estágio, mais avançado e mais sofisticado, da indústria cultural, caracterizado pela penetração da comunicação na informação, ou seja, “os procedimentos de promoção indireta de produtos no corpo da própria mensagem jornalística, as estratégias de fazer passar inconscientemente uma propaganda como se fosse notícia de interesse público” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 29).

A observação dessas modificações, apontadas por Ciro Marcondes Filho na quarta fase do jornalismo, pode ser ainda expandida⁶ a partir da contemplação das fases do jornalismo digital definidas por Luciana Mielniczuk (2003) Carla Schwingel (2005) e Suzana Barbosa (2012), que detalham o surgimento de ‘novos jornalismo’ a partir da criação dos computadores e da *web*.

As três primeiras fases são descritas Mielniczuk. Na primeira delas, a característica predominante é a simples transposição das principais matérias das páginas dos jornais para os sites, com uma rotina de produção de notícias totalmente atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos. Nesse momento, no que diz respeito ao formato de apresentação das narrativas jornalísticas, não havia nenhuma evidência de preocupação com relação a uma possível forma inovadora de apresentação.

Na segunda fase do webjornalismo, começam a ocorrer experiências no produto jornalístico na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede, tais como *links* com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; a utilização do e-mail como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor, a comunicação entre leitores através de fóruns de debates e a elaboração das notícias com recursos oferecidos pelo hipertexto.

A terceira fase do webjornalismo é caracterizada por tentativas explorar e aplicar efetivamente as potencialidades oferecidas pela *web* para fins jornalísticos.

Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos (MIELNICZUK, 2003, p. 36).

Na quarta fase do webjornalismo, definida por Schwingel, há principalmente a utilização de tecnologias de banco de dados associados a sistemas automatizados para a apuração, edição e veiculação de informações, com o intuito de industrializar o processo de produção. Há também uma nova demanda profissional, já que tais sistemas necessitavam “ser desenvolvidos ou por arquitetos de informação com formação em jornalismo ou por jornalistas em conjunto com profissionais de informática, em especial na área de análise de sistemas e gerenciamento de conteúdo” (SCHWINGEL, 2005, p. 11).

⁶ Embora faça referência ao surgimento dos computadores e da internet, a quarta fase do jornalismo definida por Ciro Marcondes Filho observa de maneira embrionária as transformações experimentadas pelo jornalismo na era digital. Nessa fase, o autor tem observações mais concretas relacionadas à televisão.

A quinta fase, proposta por Barbosa, é caracterizada pela crescente produção de conteúdo para as redes sociais, aliadas ao crescente uso de *smartphones* e *tablets*. Assim, veículos impressos migram para as redes sociais e passam a difundir seu conteúdo a partir de suas potencialidades. Neste contexto, as mídias móveis são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. Elas são também propulsoras de um novo ciclo de inovação e, “como agentes de reconfiguração para o jornalismo no atual contexto da convergência jornalística, possuem gramática própria, práticas de produção, dinâmicas de consumo e modelos de negócio específicos” (BARBOSA, 2012, p. 43).

Todas essas transformações observadas sinalizam, portanto, a criação de ‘jornalisms’ através das gerações — desde os primórdios do jornalismo impresso, em atendimento aos ideais iluministas, até o desenvolvimento do jornalismo nas redes sociais, em atendimento às demandas da era eletrônica, por exemplo. O que verifica-se finalmente é: dado um contexto, novas técnicas de produção e distribuição de notícias são desenvolvidas, desembocando na reconfiguração da atividade jornalística — daí a ideia de ‘novos jornalisms’.

Mas que relevância tem a discussão dessas transformações no século XXI? Kovach e Rosenstiel defendem que, embora o jornalismo experimente transformações variadas ao longo do tempo, sua função permanece inalterada.

Outros observadores dirão que não somente a finalidade do jornalismo não deve ser mudada, como ainda sua forma deve ser constante. Eles vêem mudanças na maneira como se fazia jornalismo em sua juventude, e temem que, na memorável frase de Neil Postman, “estamos todos morrendo de rir”. Eles ignoram um outro aspecto da questão: cada geração cria seu próprio jornalismo. Mas a finalidade, nós constatamos, é a mesma (Kovach, Rosenstiel, 2003, p 33).

Ambos assinalam, então, no livro o propósito pelo qual o jornalismo se recria a cada geração: a sobrevivência da imprensa profissional (na concepção dos autores, uma imprensa que garanta a função social do jornalismo) frente ao surgimento das mais variadas ameaças. E uma das grandes ameaças contemporâneas ao jornalismo profissional apontadas pelos autores é justamente o processo de aceleração das tecnologias digitais, que “permitem a qualquer pessoa proclamar que está fazendo jornalismo” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 31).

Kovach e Rosenstiel acreditam, no entanto, que essa ameaça pode ser enfrentada pelos jornalistas a partir do uso das próprias tecnologias, já que a era eletrônica, embora permita “que qualquer pessoa possa virar repórter ou comentarista” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 41), é também capaz de mudar “a forma como os jornalistas cumprem essa missão” (KOVACH e

ROSENSTIEL, 2003, p. 41) — missão em torno da qual a comunidade desses profissionais tem se organizado desde sua origem.

JORNALISMO COMO CAMPO E A NOVASLÂNDIA

A organização dos jornalistas em torno da manutenção da função das notícias é tratada por Nelson Traquina no livro “Teorias do Jornalismo Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional”.

De acordo com o Traquina (2005), é reconhecido que os jornalistas têm uma competência específica que é identificada em primeiro lugar com o fornecimento de informação à sociedade, isto é, das notícias. O autor explica que os jornalistas conseguiram definir uma identidade profissional ligada a papéis sociais claramente definidos, a partir de um reconhecimento coletivo das responsabilidades

julgadas como essenciais ao funcionamento de todo o sistema democrático, responsabilidades que constituem elementos importantes de toda uma cultura profissional, responsabilidades que estão associadas a toda uma mitologia que foi construída ao longo dos últimos séculos (TRAQUINA, 2005, p. 35).

Traquina aponta que os jornalistas são um grupo especializado que assume saber nomeadamente o que são notícias e como produzi-las. Recorrendo ao conceito de campo, de Bourdieu (1989, 1997), o autor defende que a aparição de um grupo de profissionais implica a aparição de um campo específico — daí a noção do jornalismo como um campo, ou seja, do estabelecimento do ‘campo jornalístico’.

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (Bourdieu, 1997, p. 57).

Segundo Silva (2009), este conceito é inaugural para a compreensão das relações entre agentes sociais em sua atividade ou profissão, no que diz respeito a valores e disputas de poder aí envolvidos e, também, para refletir sobre as práticas sociais como lugares de produção simbólica. O objeto de disputa — imprescindível para a definição de um campo, segundo Bourdieu — seriam, no caso do campo do jornalismo, as notícias.

É preciso considerar ainda que, nas considerações de Bourdieu sobre os campos, é preciso seguir a lógica desenvolvida pelo autor de que o conceito de campo está intimamente ligado ao

corpo teórico de produção de outros conceitos realizados ao longo de suas pesquisas, como o de *habitus*.

Como o conceito de campo proposto por Bourdieu é definido como espaço onde ocorrem as relações entre os indivíduos, grupos e estruturas sociais, com uma dinâmica que obedece a leis próprias, provocada pelas disputas de poder ocorridas em seu interior, Bourdieu desenha o conceito baseado em um estado da relação de força entre os agentes que estão engajadas na luta ou na distribuição do capital específico que, acumulado no curso das lutas anteriores, orientam as estratégias ulteriores na permanência ou alteração do *habitus* — ou seja, o campo estrutura o *habitus* e o *habitus* constitui o campo.

Thiry-Cherques (2006) considera que o termo *habitus* permeia entre a estrutura do campo e a ação dos agentes. O autor explica que para Bourdieu existe uma correspondência entre as disposições duráveis e transferíveis que organiza as práticas e representações de forma pontual dentro dos campos — sendo assim, o *habitus* é quem garante a lógica, o funcionamento de um campo, é adquirido mediante a interação social e, ao mesmo tempo, é o classificador e o organizador desta interação.

Neste raciocínio, o *habitus* é um “sistema de disposições adquiridas pela aprendizagem implícita ou explícita que funciona como um sistema de esquemas geradores” (BOURDIEU, 2003, p. 125) que causa estratégias, muitas vezes, conformadas aos interesses outros sem necessariamente estarem destinadas para os fins que às levaram. Portanto, tudo que acontece na intimidade das relações do campo são processadas em um conjunto de *habitus* e torna-se importante destacar que ele se desenvolve de forma individual e social, ou seja, o processo de interiorização das questões objetivas não está apenas no agente, está também, no grupo (GOMES, ALMEIDA JÚNIOR, 2002, p. 7).

No caso do campo jornalístico, esse conjunto de *habitus* é o que Bourdieu (apud TRAQUINA, 2005) apresenta como um série de “assunções e crenças compartilhadas” (p. 24) sobre as quais se baseia a prática jornalística e “estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas” (p. 24) as quais partilham os jornalistas.

A essa conjuntura do campo jornalístico Traquina (2005) confere o nome de “tribo jornalística”, cujos membros difundem significados e convenções tácitas que acabam por produzir indicadores os quais ajudam a compreender como os jornalistas constroem — também em um âmbito informal — narrativas e definições do que é considerado uma prática adequada.

O autor identifica, portanto, a existência de uma cultura noticiosa comum, e evidencia maneiras altamente homogêneas de ver, agir e falar dos membros da comunidade jornalística, a qual denomina ‘Novaslândia’. Essa “pátria dos membros da tribo jornalística” (TRAQUINA,

2005, p. 13), portanto, é constituída de saberes específicos de reconhecimento, procedimento e narração, que caracterizam o agir profissional e orientam o universo da informação midiática.

Traquina (2005) sistematiza cinco fatores que caracterizam a Novaslândia — o imediatismo, uma competência profissional específica, uma maneira de agir, uma maneira de falar e uma maneira de ver — que desembocam numa cultura profissional característica da tribo jornalística.

A respeito do imediatismo, Traquina diz que este é um conceito temporal que se refere ao espaço de tempo que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento. Para o autor, as notícias são um bem altamente perecível, o que acabar por valorizar, no campo do jornalismo, o fator velocidade.

Segundo Traquina, os membros da comunidade jornalística querem as notícias tão “quentes” quanto possível, de preferência “em primeira mão”. Para eles, notícias “frias” são notícias “velhas”, que deixam, portanto, de serem notícias. Sobre essa relação do tempo e da velocidade com a Novaslândia, é possível considerar que os jornalistas têm por cultura obedecer a certos fenômenos temporais, como instantaneidade, simultaneidade, periodicidade e novidade, por exemplo, como classifica Franciscato (2003).

Sobre a competência profissional específica característica da Novaslândia, Traquina sistematiza três saberes relacionados a estratégias de construção da notícia: o “saber de reconhecimento”, o “saber de procedimento” e o “saber de narração”.

O “saber de reconhecimento” está relacionado ao reconhecimento dos valores-notícia que os jornalistas cotidianamente mobilizam no processo de produção dos noticiários. Mauro Wolf (1999) utiliza os estudos de P. Golding e P. Elliott (Making the news, 1979) para explicar a função dos valores-notícia. Para eles, há duas funções: selecionar o material disponível e servir como linhas-guia da apresentação do material.

Os valores-notícia são, portanto, a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser noticiado. Como exemplo dessas qualidades, podemos citar os valores-notícia descritos por Galtung e Ruge (1999, p. 71), considerados consensuais nos estudos de jornalismo (Seixas, 2018): 1) frequência; 2) amplitude; 3) inequivocidade; 4) significância; 5) consonância; 6) imprevisibilidade; 7) continuidade; 8) composição; 9) referência a nações de elite; 10) referência a pessoas de elite; 11) referência a pessoas; 12) referência a algo negativo.

O “saber de procedimento” relaciona-se à capacidade do jornalista de recolher os dados para elaborar a notícia, ou seja, está relacionado à apuração dos fatos e à busca por fontes (segundo Traquina, é a este saber está intimamente ligada a maneira de agir dos jornalistas). Schmitz (2011) explica que

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia (SCHMITZ, 2011, p. 9)

O contato com essas fontes e referências diversas, realização de entrevistas, pesquisa a documentos e dados, observação in loco, por exemplo, condiciona, segundo Silva (2022), o conteúdo final produzido e as possibilidades de compreensão e interpretação por parte dos públicos. Segundo a autora, várias marcas do trabalho de apuração realizado, de modo geral do processo de produção jornalística, podem ser identificadas nas matérias disponibilizadas cotidianamente ao público.

Já o “saber de narração” está relacionado à capacidade do jornalista de mobilizar a linguagem jornalística — a qual Traquina chama “jornalês” — na construção das notícias. Segundo Traquina, a este saber está intimamente ligada a maneira de falar dos jornalistas. O autor diz que a linguagem jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível, como frases curtas, parágrafos curtos, palavras simples, uma sintaxe direta e econômica, concisão e a utilização de metáfora para incrementar a compreensão do texto. Além disso, o discurso jornalístico deve provocar o desejo de ser lido/visto/ouvido, portanto deve exprimir-se através da voz ativa, e geralmente forçado ao modelo da pirâmide invertida, conceito explicado por Canavilhas (2013) como a construção de uma notícia pelos dados mais importantes — que respondem às perguntas “o quê”, “quem”, “onde”, “como”, “quando” e “por quê” — seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.

Por fim, Traquina fala sobre uma maneira de ver dos jornalistas. Segundo o autor, a maneira de ver dos membros da tribo jornalística privilegia uma visão bipolar, em que o mundo é estruturado em polos opostos: o bem e o mal, o pró e o contra etc. Traquina diz que, como a unidade de análise privilegiada pelo jornalismo é o acontecimento — dada importância do “imediatismo” como valor fundamental da profissão, bem como do imperativo para responderem à pergunta básica “o que há de novo?” —, os jornalistas tendem a privilegiar a cobertura de acontecimentos.

Segundo o autor, a visão desta comunidade interpretativa tem outra característica fundamental: é temporalmente é limitada. Portanto, os jornalistas tendem a produzir notícias a partir de uma “dupla contemporaneidade”, explicada como o presente como “assunto” e o presente como a perspectiva no tempo em que é descrito. Além disso, Traquina diz que outra característica da maneira de ver dos jornalistas é o gosto pelo drama, portanto existe entre os membros desta comunidade um gosto pelos detalhes mais espetaculares, um gosto pela retórica mais empolgante (o que não pode ser considerado como simplesmente sensacionalismo), um gosto pela polêmica e pelo conflito.

UM NOVO JORNALISMO: VÍDEOS DO ESTADÃO NO TIKTOK SOB O MÉTODO DA ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL

Todo esse conjunto de peculiaridades da Novaslândia, formado por um modo de ser/estar, um modo de agir, um modo de falar e um modo de ver o mundo, define, segundo Traquinas, uma vasta cultura profissional dos jornalistas. Segundo o autor, esses profissionais foram capazes de forjar uma forte identidade, que é “parte toda de uma cultura constituída por uma constelação de crenças, mitos, valores, símbolos e representações que constituem o ar que marca a produção das notícias” (TRAQUINA, 2005, p. 36).

Dessa forma, tal qual como na noção de cultura/identidade nacional (Hall, 2006), a cultura dessa “pátria dos membros da tribo jornalística” atua nos jornalistas como uma fonte de significações culturais, um foco de identificação e um sistema de representações, “como um modo de construir sentidos — um discurso — que influencia e organiza tanto as ações quanto a concepção” (Hall, 2006, p. 50) dos jornalistas.

Hall, no entanto, traz à tona o fato que a ideia de unificação da identidade cultural por meio da cultura nacional está sujeita a deslocamentos em razão do processo de globalização enquanto um complexo de processos e forças de mudança. Seria, a partir dessa mesma lógica, então, o processo de aceleração das tecnologias digitais apontados por Kovach e Rosenstiel um fator de deslocamento da identidade cultural da “Novaslândia”? Que implicações teria o processo sincrônico de implicações no jornalismo relacionado à inauguração da era digital, principalmente a partir das novas plataformas digitais?

Sendo assim, que faces o jornalismo assume, então, a partir do surgimento do TikTok, aplicativo de vídeos curtos utilizado hoje por um número expressivos de veículos de notícias e apontado por Gomes (2022) como uma plataforma potencial para a atividade jornalística? O objeto

desta pesquisa são vídeos do TikTok do Estadão publicados entre maio e junho de 2023, observados segundo os procedimentos do método da Análise da Materialidade Visual (AMA), proposto por Coutinho (2016, 2018) e desenvolvido nas pesquisas realizadas no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). O método toma como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição para a obtenção de uma interpretação completa dos produtos de jornalismo audiovisual, de maneira a aproximar a análise científica das experiências de consumo em vídeo e de suas características intrínsecas, como linguagem e modo de conhecimento. O caminho de pesquisa é desenvolvido de acordo com as seguintes etapas: identificação do material audiovisual; definição de uma ficha de análise baseada no referencial teórico; definição e obtenção da amostra a ser analisada; e construção de parâmetros de interpretação.

A ficha de análise utilizada foi composta por critérios de avaliação baseadas nos cinco fatores que segundo Traquina (2005) configuram a Novaslândia e suas respectivas imbricações técnicas de construção das notícias, descritas no desenvolvimento teórico deste trabalho. Esses critérios, portanto, estão relacionados a fatores como tempo/velocidade, valor-notícia, fontes, construção textual, linguagem, natureza das pautas etc. Por tratarmos de um produto de jornalismo audiovisual, foram analisados também alguns aspectos como utilização de recursos audiovisuais convencionais do jornalismo, como *off*, passagem, artes, figurino, cenário etc.

É notável, a partir da análise, que as principais reconfigurações provocadas por esse novo formato de jornalismo dizem respeito, dentre outros aspectos, à relação das notícias com o fator tempo. Primeiro, porque o TikTok é nativamente uma plataforma de vídeos curtos, que privilegia conteúdos de forma resumida, daí uma tendência à superficialização das notícias. Em segundo lugar, porque não parece haver uma preocupação dos jornais com a entrega, na plataforma, de conteúdos relacionados a pautas “quentes” ou “furos”, já que privilegia-se aquilo que é “viralizável” e/ou adaptável à linguagem da plataforma, geralmente ligados a curiosidades e ao entretenimento, numa clara tentativa de aproximar-se do público jovem.

Outro fator que é influenciado pelo novo formato é a linguagem, que se difere da linguagem formal geralmente adotada nos formatos jornalísticos tradicionais, com ênfase, na plataforma, 1) em textos com uma linguagem descontraída, acompanhada de emojis, com tendência a serem curtos e terem o papel de apenas “contextualizar” brevemente o conteúdo, sem pretensão de explaná-lo e 2) numa linguagem falada com um narração descontraída, distanciada dos tons, pausas e entonações características dos jornalistas tradicionais. É um modo de narrar característico da própria plataforma, adotado também pelos perfis jornalísticos.

Na esteira dessas transformações, é possível identificar também uma modificação na figura do jornalista/repórter, que não assume uma centralidade/onipresença nos vídeos produzidos para a plataforma, na contramão do que ocorre no telejornalismo tradicional. Quando aparece, o jornalista é geralmente descentrado daquele lugar tradicional de mediador de informação, e assume algumas vezes um papel de “ator”, pelo qual passa a representar personagens presentes na narrativa que se constrói no vídeo. Em outras vezes, até aparece como um mediador da informação, mas despidido da aura de formalidade comumente adotada por repórteres de TV, fato evidenciado numa linguagem e vestuário “comuns”.

São notáveis ainda novos formatos de edição, que exploram recursos visuais próprios da própria plataforma — que permite, inclusive, que os vídeos sejam gravados e editados de forma autóctone, ou seja, a partir de/no próprio aplicativo — e adotam um visual gráfico descomprometido de um padrão pré-estabelecido, geralmente particulares a cada vídeo. Nos vídeos em que há algum cenário, é geralmente usada como plano de fundo a própria redação do jornal ou mesmo a reprodução, numa espécie de *chroma key*, de alguma imagem relacionada à notícia sobre a qual se fala.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise da materialidade audiovisual dos vídeos do Estadão no TikTok, nota-se que a inauguração desse novo formato de jornalismo — ainda em desenvolvimento, dada a atuação recente dos veículos de comunicação na plataforma — tende a provocar algumas mudanças relacionadas às técnicas gerais de produção de notícias e, portanto, tem como resultado uma reconfiguração parcial dos aspectos culturais que definem a Novaslândia.

Os resultados da análise demonstram que a produção de informação noticiosa para/no TikTok ainda preserva considerável parte dos aspectos descritos por Traquina em sua obra — e também das técnicas descritas no referencial teórico deste trabalho —, embora transfigure determinados padrões gerais recrutados por jornalistas na construção e na veiculação das notícias.

Esses padrões modificados estão relacionados principalmente a fatores como a relação da velocidade/tempo com as notícias, ao modo de falar e ao modo de ver dos jornalistas. Refletem-se, portanto e principalmente, na reconfiguração dos modos de organização/distribuição das notícias, da linguagem e das estruturas narrativas — que constituem parte da cultura da Novaslândia — e da figura do próprio jornalista enquanto membro desta pátria, como define Traquina.

O jornalismo, portanto, tem acompanhado as transformações

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João. **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013. pp. 33-54. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/267569021_Noticias_e_Mobilidade_o_jornalismo_na_era_dos_dispositivos_moveis.

BOUDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: LabCom, 2013. pp. 8-24. Disponível em https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

GALTUNG, Johan, RUGE, Mari Holmboe. A estrutura do noticiário estrangeiro – A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. 2.ed. Lisboa: Veja, 1999.

GOMES, Rodrigo de Oliveira; ALMEIDA JÚNIOR, Admir Soares de. **Revisitando a noção de campo de Pierre Bourdieu para compreender a produção de conhecimentos da educação física brasileira**. Belo Horizonte: Educação em Revista, 2022. pp. 1-23. Disponível em <https://www.scielo.br/j/edur/a/ZyP5ScDhwMvR9yvZ83bzDqg/?format=pdf>.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. Tradução de Wladir Dupont. 2ª edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker editores, 2000.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SCHWINGEL, Carla. **Jornalismo Digital de Quarta Geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital**. In: XIV Compós, 2005, Niterói. Disponível em https://facom.ufba.br/jol/pdf/Schwingel_2005_Compos.pdf.

SEIXAS, Lia. **Valores notícia: uma proposta de análise**. Palmas: Revista Observatório, v. 4, n. 4, jul-set. 2018, p. 334-366. Disponível em <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5505>.

SILVA, Terezinha. Os atos de escolha na apuração jornalística. In: SILVA, Gislene; VOGEL, Daisi; SILVA, Terezinha. **Apuração, redação e edição jornalística**. pp. 28-38. Florianópolis: Editora da UFSC,

2022. Disponível em

https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/241140/Apuracao_redacao_e_edicao_jornalistica-Ebook_20out2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

THIRY-CHERQUES, Hermano R. **Pierre Bourdieu: a teoria na prática**. RAP, Rio de Janeiro, v. 40, 1, p. 27-55, jan./fev. 2006. Disponível em

<https://www.scielo.br/j/rap/a/3bmWVYMZbNqDzTR4fQDtgRs/?format=pdf&lang=pt>.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.