

Jornalismo no TikTok: mapeamento de pesquisas brasileiras e internacionais¹

Caroline Silva Falcão Guedes²
Universidade Federal da Bahia – UFBA

Resumo

O artigo apresenta uma revisão sistemática e análise bibliométrica sobre jornalismo no TikTok entre 2020 e 2025. Com base em 176 publicações, o estudo identifica um crescimento expressivo de trabalhos, especialmente no Brasil, Espanha e Estados Unidos. As principais temáticas abordam desinformação, produção jornalística, pandemia, educomunicação e engajamento. Apesar do aumento de publicações, há carência de análises críticas sobre práticas jornalísticas nativas da plataforma. Os resultados indicam um campo emergente, ainda marcado por abordagens descritivas, e reforçam a necessidade de aprofundar investigações sobre o papel do TikTok na transformação do jornalismo digital.

Palavra-chave: jornalismo no tiktok; tiktok; plataformas digitais; rede social.

1. Introdução

O avanço das plataformas digitais (Poell et al., 2020; Ferreira, 2021) vem moldando novas dinâmicas de produção e consumo de jornalismo. Entre elas, o TikTok se destaca como uma das mais disruptivas, especialmente por sua penetração entre públicos jovens e sua lógica de conteúdo audiovisual curto, hereditário e orientado por algoritmos (Li et al., 2024; Hermida, 2016). Sua consolidação como ambiente de consumo de notícias reflete um processo de plataformação (Van Dijck, et al., 2018) que desafia os modelos tradicionais de difusão informativa.

De acordo com o *Digital News Report 2025*, o TikTok é usado como fonte de notícias por 12% dos usuários globais – um crescimento consistente desde 2022, quando essa taxa era de apenas 8% entre os usuários online pesquisados que afirmaram usar o TikTok como fonte de notícias semanalmente. Comparado ao relatório de 2025, que aponta +2pp em relação ao ano anterior, houve um aumento significativo no uso do TikTok para notícias ao longo dos anos.

Em alguns países do Sul Global, a plataforma alcança patamares ainda mais altos: Tailândia (49%), Quênia (41%), Peru (38%), Malásia (36%) e Brasil (18%). Por outro

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), jornalista da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: carolinefalcao@gmail.com.

lado, em nações do Norte Global, como Alemanha (8%), França (10%) e Reino Unido (9%), o índice é significativamente menor.

Essa divisão Norte-Sul reflete desigualdades estruturais e distintas culturas de consumo digital. No caso brasileiro, o TikTok já supera o Twitter/X e o Facebook entre os mais jovens, como principal fonte de notícias. A adesão à plataforma ocorre em paralelo ao declínio da televisão e à reconfiguração do papel do jornalismo nos ecossistemas de redes (Newman et al., 2025).

Essas mudanças tornam relevante o aprofundamento do estudo sobre como o jornalismo se apresenta e se adapta ao TikTok. A plataforma impõe desafios formais (linguagem visual, ritmo narrativo, sons virais), mas também éticos e editoriais (*fact-checking*, viralização de desinformação, visibilidade algorítmica).

Este artigo propõe-se a mapear a produção acadêmica sobre o tema entre 2020 e abril de 2025, buscando compreender como as práticas jornalísticas são representadas e investigadas no TikTok; e quais lacunas teóricas e metodológicas persistem no campo. Com base nesse mapeamento, espera-se oferecer uma síntese crítica da produção científica recente, destacando tendências, silêncios e possibilidades investigativas que contribuam para o fortalecimento do campo do jornalismo em plataformas sociais emergentes.

2. Plataformização da Comunicação e o Jornalismo em Rede Algorítmicas

O conceito de plataformização refere-se ao processo pelo qual as plataformas digitais moldam e mediam as interações sociais, culturais e econômicas, impactando diretamente o ecossistema midiático (Van Dijck, et al., 2018). No campo do jornalismo, isso implica em adaptar formatos, práticas e rotinas a lógicas algorítmicas (Pasquale, 2015), narrativas fragmentadas e modos participativos de engajamento.

Conforme Bardoel e Deuze (2001), o jornalismo em rede caracteriza-se por uma convergência entre profissionalismo jornalístico e dinâmicas digitais, demandando novos conjuntos de habilidades. No início da transição digital, muitos veículos replicavam conteúdos das mídias tradicionais em novos suportes, prática conhecida como *shovelware*. O desafio atual é entender se as produções no TikTok continuam baseadas nessa lógica ou se há desenvolvimento de linguagens nativas da plataforma.

A esse respeito, autores como Salaverría (2019) apontam que a história do jornalismo digital é marcada por estágios de adaptação, onde inicialmente prevalece a

transposição de gêneros tradicionais, mas progressivamente emerge uma gramática própria de cada meio. O TikTok, ao exigir concisão, edição dinâmica, trilhas sonoras virais e elementos visuais marcantes, impõe um novo conjunto de competências narrativas aos profissionais da notícia.

Essas transformações provocadas por plataformas como o TikTok não dizem respeito apenas ao formato, mas também à lógica de circulação e consumo das notícias (Jurno, 2020). Hermida (2016) introduz o conceito de *ambient news*, em que a informação circula de forma pervasiva, integrada à experiência cotidiana do usuário em redes sociais.

A narrativa jornalística, nesses espaços, tende a se hibridizar com formatos do entretenimento, configurando o que Scolari (2013) chama de infotainment transmidiático. No TikTok, isso se expressa em vídeos que combinam informação, performance e estética de memes, influenciando como o público compreende e valida os conteúdos.

2.1 Estudos Emergentes sobre Jornalismo no TikTok

Nos últimos anos, diferentes estudos têm se debruçado sobre o uso do TikTok por veículos jornalísticos. Vázquez-Herrero et al., (2022) examinam como jornais europeus adotaram estratégias criativas para adaptar seu conteúdo à linguagem da plataforma. Hendrickx (2025) investiga a atuação de repórteres independentes no TikTok, identificando práticas de *fact-checking* integradas a performances visuais.

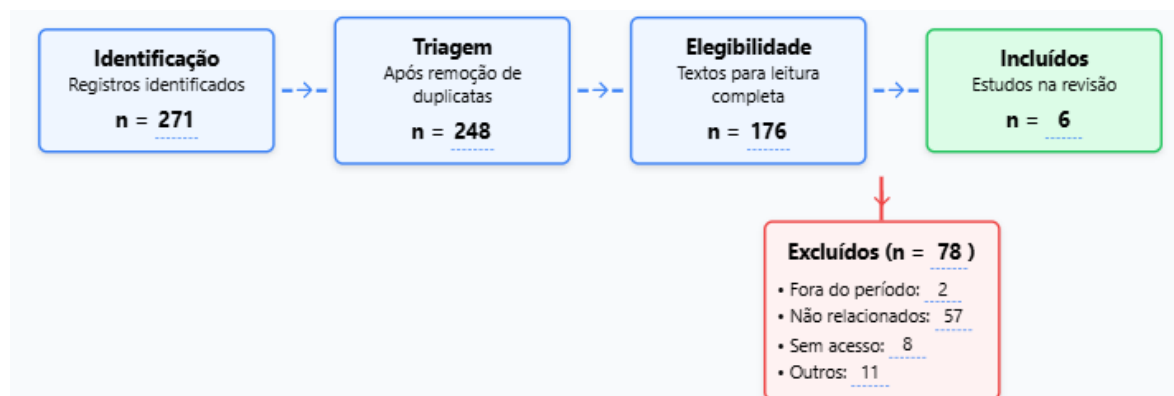
No contexto ibero-americano, Alonso-López e Sidorenko-Bautista (2022) destacam a emergência de formatos híbridos entre reportagem, *storytelling* e conteúdo de influência. No Brasil, os jornais *Metrópoles*, *Folha de S.Paulo*, *UOL*, dentre outros, vêm sendo analisados por pesquisadores interessados na estética, periodicidade e engajamento de seus conteúdos (Pereira e Monteiro, 2021; Simões et al., 2023; Sousa, 2023; Guedes, 2024). Ainda assim, conforme aponta Westlund, Saldaña e Tandoc (2023), o campo carece de maior sistematização teórica, bem como de análises comparativas entre os diferentes usos jornalísticos da plataforma em contextos regionais distintos.

3. Metodologia

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica e bibliométrica, com abordagem mista, de natureza qualitativa e quantitativa, voltada ao mapeamento da produção acadêmica sobre o jornalismo no TikTok entre os anos de 2020 e abril de 2025. A investigação adota os princípios de uma revisão sistemática da literatura, conforme

diretrizes adaptadas do protocolo PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), com foco descritivo-analítico (Moher et al., 2009).

Figura 1 – Fluxograma de triagem dos estudos sobre jornalismo no TikTok



Fonte: Elaborado pela própria autora no Canva.

O objetivo é identificar tendências temáticas, abordagens metodológicas, recorrência de conceitos-chave e a distribuição geográfica dos estudos existentes, a fim de compreender como o TikTok tem sido estudado no campo do jornalismo.

A coleta de dados foi realizada por meio de bases nacionais e internacionais reconhecidas nas áreas de Comunicação, Jornalismo e Ciências Sociais, incluindo o *Google Scholar*, *Scopus*, *SciELO*, *Redalyc* e *Portal de Periódicos da CAPES*. As buscas foram conduzidas em três idiomas (português, inglês e espanhol), utilizando descritores combinados como: "TikTok" AND "jornalismo", "TikTok" AND "journalism", e "TikTok" AND "periodismo".

Para a seleção do corpus, foram adotados os seguintes critérios de inclusão: publicações datadas entre 1º de janeiro de 2020 e 30 de abril de 2025; trabalhos que abordassem de forma direta o uso do TikTok por veículos de comunicação, jornalistas ou práticas jornalísticas. Foram excluídas duplicatas encontradas em mais de uma base, produções que apenas mencionavam o TikTok de forma tangencial ou como exemplo genérico de rede social, além de estudos voltados exclusivamente para áreas como publicidade, marketing ou entretenimento, sem articulação direta com o jornalismo.

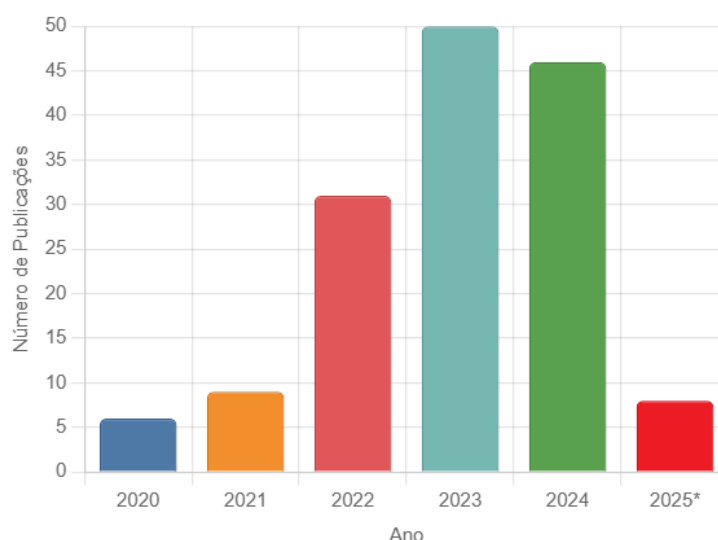
Após a triagem, os dados foram organizados em uma planilha estruturada com as seguintes variáveis: ano de publicação, país de origem dos autores, tipo de publicação, base de publicação, metodologia e tema central. A análise quantitativa contemplou a

contagem de frequências e a distribuição temporal, geográfica e tipológica dos trabalhos. Em paralelo, realizou-se uma análise qualitativa para identificar padrões temáticos recorrentes e lacunas teóricas no campo de estudos sobre o jornalismo no TikTok.

4. Resultados

A produção acadêmica sobre jornalismo no TikTok tem apresentado crescimento consistente desde 2020. Enquanto naquele ano foram identificadas apenas 3 publicações, os números praticamente sextuplicaram em 2021 (17), indicando o início de uma atenção sistemática ao tema. Em 2022, o número subiu para 32, refletindo o impacto da consolidação do TikTok como ferramenta de comunicação durante e após a pandemia de COVID-19. O ano de 2023 manteve a tendência ascendente, com 35 publicações, e o pico ocorreu em 2024, com 51 estudos registrados. Já nos primeiros quatro meses de 2025, o levantamento identificou 38 publicações, sinalizando que o total anual poderá superar o do ano anterior.

Figura 2 – Evolução anual de publicações sobre jornalismo no TikTok



Fonte: Elaborado pela própria autora no Canva

Esses dados confirmam o amadurecimento do tema na agenda acadêmica da Comunicação e o fortalecimento do TikTok como objeto de pesquisa jornalística.

4.1. Distribuição Geográfica da Produção

A análise da distribuição geográfica das publicações sobre jornalismo no TikTok revela uma predominância de estudos provenientes da Espanha (56), seguida pelo Brasil (32), Estados Unidos (18), Indonésia (12) e Peru (11). Embora o TikTok seja uma

plataforma global, observa-se uma concentração significativa da produção acadêmica em países do Sul Global e na Península Ibérica, especialmente entre pesquisadores ibero-americanos. Esse cenário pode indicar tanto o interesse emergente de comunidades acadêmicas periféricas em dinâmicas digitais quanto a adaptação do jornalismo às especificidades da plataforma.

Figura 3 – Número de publicações por país (2020–2025)



Fonte: Elaborado pela própria autora no Canva.

4.2. Tipos de Publicações

A análise dos tipos de produção acadêmica sobre jornalismo no TikTok revela um predomínio de artigos científicos, com 103 registros, consolidando o tema como objeto de interesse recorrente nos periódicos da área. Em seguida, destacam-se os Trabalhos de Conclusão de Curso, com 53 publicações, sinalizando o engajamento de estudantes de graduação. Embora em número reduzido, há também 9 publicações em capítulos de livros e 7 dissertações de mestrado, além de 2 registros de titulação e 1 relatório técnico e uma tese, o que sugere que o campo ainda está em expansão nas esferas mais avançadas da pós-graduação.

Figura 4 – Distribuição dos tipos de publicações (2020–2025)



Fonte: Elaborado pela própria autora no Canva.

4.3. Temáticas Recorrentes

A leitura transversal dos 176 trabalhos mapeados revela um conjunto de eixos temáticos bem definidos. O tópico mais recorrente é a desinformação, que aparece associado a iniciativas de *fact-checking* e ao debate sobre a confiabilidade do conteúdo circulante no “For You”. Em segundo lugar, destacam-se estudos sobre produção e formatos jornalísticos nativos, que discutem como redações e criadores independentes adaptam rotinas, linguagem e estética audiovisual às exigências da plataforma.

O engajamento de audiências jovens surge como preocupação central, muitas vezes correlacionado a métricas de visualização e interação. Durante a COVID-19, o TikTok firmou-se como canal de comunicação de crise, motivando pesquisas sobre estratégias de saúde pública e cobertura jornalística em tempo real.

Outra vertente examina o uso do aplicativo em contextos de educomunicação, explorando seu potencial para alfabetização midiática e formação cidadã. Complementarmente, trabalhos sobre plataformação problematizam o papel de algoritmos na curadoria de notícias, enquanto pesquisas de *storytelling* investigam narrativas multimodais baseadas em música, legenda e performance. Por fim, cresce o interesse por abordagens de jornalismo de proximidade, nas quais influências culturais locais se mesclam a tendências globais, configurando um processo de *glocalização* (Robins, 1996) do conteúdo noticioso. Em conjunto, esses temas evidenciam que o TikTok não é apenas um ambiente de entretenimento, mas um laboratório dinâmico para práticas jornalísticas, desafiando pesquisadores a compreender impactos éticos, editoriais e sociotécnicos na esfera pública digital.

Figura 4 – Temas mais frequentes nas publicações sobre TikTok e jornalismo

Temáticas de Pesquisa sobre TikTok (2020 – abr. 2025)



Fonte: Elaborado pela própria autora no Canva.

5. Considerações

Este mapeamento da produção acadêmica sobre jornalismo no TikTok confirma que a plataforma deixou de ser apenas espaço de entretenimento juvenil para tornar-se também um local estratégico de circulação de notícias e objeto para pesquisas em Comunicação. A trajetória ascendente de publicações, que atinge o ápice em 2024 e aponta para um aumento em 2025, acompanha a rápida adoção do aplicativo por audiências latino-americanas, refletindo-se na proeminência de autores ibero-americanos na literatura recente.

Não obstante, a expansão quantitativa vem acompanhada do predomínio de estudos descritivos: panoramas, mapeamentos ou estudos de caso isolados que, em geral, dialogam pouco com teorias de jornalismo digital, plataformização e ecossistemas algorítmicos, lacuna apontada na pesquisa de revisão sistemática. Apesar do caráter exploratório de boa parte da produção, emerge um núcleo temático coerente articulado a desafios contemporâneos: desinformação, formatos nativos, engajamento de públicos jovens, educomunicação e jornalismo de proximidade. Esses eixos evidenciam o esforço de compreender como a lógica viral e audiovisual do TikTok reconfigura tanto as práticas jornalísticas quanto a relação público-mídia.

Entretanto, a expressiva participação de Trabalhos de Conclusão de Curso (30 %) contrasta com o reduzido número de dissertações de mestrado (5 %) e, sobretudo, de teses de doutorado (4 %). O campo carece, portanto, de investigações de fôlego que combinem métodos robustos como *big-data analytics*, etnografia de redações e experimentos

controlados aliados a arcabouços teóricos consolidados. Soma-se a isso o risco de reproduzir formatos tradicionais em ambiente mobile, configurando o modelo *shovelware*. Ainda assim, cresce o conjunto de experiências que incorporam estética nativa — edição frenética, trilhas virais, *storytelling* performativo — sinalizando potencial para um jornalismo simultaneamente glocal e participativo.

Para deslocar o debate do diagnóstico para a explicação, propõem-se algumas frentes de investigação. Como estudos comparativos entre redações situadas em contextos sociotécnicos diversos, identificando barreiras estruturais e inovações locais. Pesquisas sobre rotinas produtivas e ética profissional, capazes de mapear processos de apuração, checagem e edição em redações que publicam para o TikTok, avaliando como se conciliam valores jornalísticos com as demandas de viralidade e entretenimento. Por fim, análises sobre o impacto da IA generativa — síntese de voz, avatares, recomendação de pauta — que, ao mesmo tempo em que ampliam o alcance, tensionam a autenticidade e a confiança nas notícias.

Ao sistematizar a literatura existente, identificar padrões temáticos e evidenciar lacunas metodológicas, este estudo oferece uma referência para pesquisadores e profissionais interessados em compreender, ou atuar em um ecossistema noticioso cada vez mais moldado por algoritmos de recomendação e linguagens audiovisuais aceleradas.

6. Referências

- ALONSO-LÓPEZ, N.; SIDORENKO-BAUTISTA, P.. Tratamiento de la memoria histórica española en TikTok: perfiles, contenidos y mensajes. *Revista Mediterránea de Comunicación*, v. 13, n. 2, p. 117-134, 2022. DOI: 10.14198/MEDCOM.21824.
- BARDOEL, J.; DEUZE, M. Network journalism: converging competences of media professionals and professionalism. *Australian Journalism Review*, v. 23, n. 2, p. 91–103, 2001.
- GUEDES, C. S. F. Desafios e soluções na era digital: uma discussão das medidas adotadas pelo TikTok no combate à desinformação. In: *SEMINÁRIO DE PESQUISA EM JORNALISMO INVESTIGATIVO*, 11., 2024, São Paulo. *Anais...* São Paulo: ABRAJI, 2024.
- FERREIRA, B. M. *Design de plataformas digitais: o papel da forma nas arquiteturas de participação em rede*. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2021.
- HENDRICKX, J.. News #foryou on TikTok: A Digital Methods-Based Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, p. 1-27, 2025. Publicação antecipada on-line. DOI: 10.1177/10776990251328623
- HERMIDA, A. The five Es of journalism in 2016. *NiemanLab*. Predictions for journalism 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3wnbS8p>. Acesso em: 18 jan. 2025.

- JURNO, A. C.. *Facebook e a plataformização do jornalismo: uma cartografia das disputas, parcerias e controvérsias entre 2014 e 2019*. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.
- LI, Y.; CHENG, Z.. Like, comment, and share on TikTok: Exploring the effect of sentiment and second-person view on the user engagement with TikTok news videos. *Social Science Computer Review*, v. 42, n. 1, p. 201-223, 2024. DOI: 10.1177/08944393231178603.
- MOHER, D.; LIBERATI, A.; TETZLAFF, J.; ALTMAN, D. G.; PRISMA GROUP. *Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement*. PLoS Medicine, San Francisco, v. 6, n. 7, e1000097, 2009. DOI: 10.1371/journal.pmed.1000097.
- NEWMAN, N.; ROSS ARGUEDAS, A.; ROBERTSON, C. T.; NIELSEN, R. K.; FLETCHER, R.. *Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2025. DOI: 10.60625/risj-8qqf-jt36.
- PASQUALE, F.. *The black box society: the secret algorithms that control money and information*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2015.
- PEREIRA, A. A. S.; MONTEIRO, J. C. da S.. Jornalismo no TikTok, Check! *Revista Latino-Americana de Estudos Científicos*, v. 2, n. 12, 2021. DOI: 10.46375/relaec.37174.
- POELL, T.; NIEBORG, D.; DIJCK, J. Plataformização. *Fronteiras*, v. 22, n. 1, jan/abr. 2020.
- ROBINS, Kevin. Tradition and translation: national culture in its global context. In: HALL, Stuart; DU GAY, Paul (org.). *Questions of cultural identity*. London: SAGE, 1996. p. 46-58.
- SALAVERRÍA, R. 25 años de periodismo digital: una perspectiva iberoamericana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 25, n. 1, p. 13–22, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5209/ESMP.63799>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- SCOLARI, C. A. *Narrativas transmídia: quando todos os meios contam*. São Paulo: SENAC, 2013.
- SIMÕES, R. B.; BAETA, A. D.; COSTA, B. F.. Mapping feminist politics on TikTok during the COVID-19 pandemic: a content analysis of the hashtags #Feminismo and #Antifeminismo. *Journalism and Media*, Basel, v. 4, n. 1, p. 244-257, 2023. DOI: 10.3390/journalmedia4010017.
- SOUSA, C. A. X. de. Produção de conteúdo jornalístico no TikTok: informação a um tok. *Revista Brasileira de Estudos da Mídia*, v. 1, n. 1, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/RevisBraEstudoMidia/article/view/32007>. Acesso em: 23 jun. 2025.
- WESTLUND, O.; SALDAÑA, M.; TANDOC, E. C. Jr. Beyond Facebook and Twitter: journalism research in the age of TikTok. *Journalism*, v. 24, n. 6, p. 1321–1339, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/14648849221141658>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- VAN DIJCK, J. F. T. M.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- VÁZQUEZ-HERRERO, J.; NEGREIRA-REY, M.-C.; LÓPEZ-GARCÍA, X. Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, v. 23, n. 8, p. 1717-1735, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884920969092>. Acesso em: 3 maio 2025.