
Tem rádio na For You: A atuação do rádio no TikTok em Caruaru-PE¹

Stephanie Ayliane Almeida de Sá²
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

Resumo

Esta pesquisa visa analisar como emissoras de rádio de Caruaru/PE têm adaptado sua produção jornalística ao TikTok, diante dos desafios apresentados pela plataforma, ligada a uma linguagem audiovisual dinâmica e um alto potencial de viralização. A análise parte da problemática de reinvenção do rádio em meio às transformações digitais, buscando compreender os critérios editoriais adotados e o uso de recursos nativos da rede, como hashtags, trends e áudios virais. Para isso, foram analisadas 153 postagens das rádios Liberdade e Metropolitana, durante o mês de junho de 2024, período em que acontece o São João de Caruaru. Como principal contribuição, o estudo tem o intuito de ampliar o debate sobre o jornalismo digital em contextos regionais, evidenciando possibilidades criativas para o rádio no cenário virtual contemporâneo.

Palavras-chave: Jornalismo. Rádio. TikTok. Ciberultura.

Diante do acelerado surgimento de novos aplicativos e tendências, o ciberespaço tem se apresentado como um território fértil para a produção de conteúdo jornalístico. Neste cenário, veículos digitais e tradicionais encontram-se em uma dinâmica complexa, que exige reinvenção e adaptabilidade na disputa pela atenção do público.

Para meios centenários, como o rádio, o desafio é ainda mais complexo: como manter a relevância e reinventar sua presença a partir das novas regras e paradigmas comunicacionais?

Apesar de significativo, o desafio não é novo. Na história do desenvolvimento do meio, outros momentos de tensão surgiram diante de avanços tecnológicos como a popularização da televisão e o surgimento da internet, que despertaram teorias alarmistas sobre a iminência de sua obsolescência.

Na prática, entretanto, após mais de um século de existência, o rádio permanece como um meio de comunicação de relevância social e forte atuação, adaptando-se às transformações tecnológicas e comunicacionais. Como destaca Sirotsky, o que o cenário indica é a noção de coexistência: “a televisão, o rádio, a internet e também os jornais

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

² Mestranda do Programa de Comunicação e Inovação Social da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: stephanie.sa@ufpe.br

continuarão existindo, mas não sem uma condição: a de que se adaptem e se integrem entre si” (2006, p. 46). Assim, o temor da substituição passa a dar espaço para a possibilidade de convergência.

No ambiente digital, o campo radiofônico encontrou possibilidades criativas que marcaram o início de uma nova era. As dinâmicas virtuais passaram a ser articuladas ao meio, possibilitando “desde o transporte do modelo sistêmico do rádio para a web até experiências sonoras acompanhadas de legendas em verbal-escrito e de imagens visuais estáticas” (TABOADA, 2012, p. 5).

Neste contexto, uma das plataformas que tem desafiado os veículos de comunicação a repensarem suas estratégias de produção de conteúdo é o aplicativo TikTok, que figura como o que mais cresce no Brasil (Kemp, 2024). Auto-definida como “o principal destino para vídeo móvel no formato curto” (TikTok, 2025), a plataforma assume um papel importante nesta reflexão por suas características de conteúdo, marcadas pela brevidade, a alta capacidade de viralização e uma linguagem audiovisual própria, que se distancia dos padrões do jornalismo considerado “tradicional”.

Por isso, esta pesquisa se propõe a analisar como esta produção tem sido realizada na plataforma, a partir do recorte das emissoras de rádio de Caruaru/PE, investigando os critérios que orientam a atuação jornalística no aplicativo, a utilização dos recursos nativos da rede, além das métricas de recepção do público – curtidas, comentários e visualizações –.

Durante a análise, foram categorizadas 153 postagens das Rádio Liberdade e Metropolitana, as únicas do município com conta ativa na rede, durante o mês de junho de 2024. O período corresponde ao São João, evento mais expressivo da cidade, que mobiliza diversos setores e demanda uma cobertura jornalística mais ativa.

A partir desta investigação, foi possível identificar alguns direcionamentos significativos, como a preferência do público por conteúdos que apresentem perspectivas diferenciadas – como o *frontstage* dos shows –, além de vídeos com menor edição, que transmitam naturalidade e espontaneidade.

Outro ponto analisado foi a duração dos vídeos, a fim de entender se publicações mais curtas eram privilegiadas pelo algoritmo ou pela audiência. O resultado

encontrado, entretanto, apontou que este não é um fator tão determinante e que há outros marcadores mais significativos para os usuários.

A partir destes apontamentos, a pesquisa visa contribuir para o debate sobre as transformações do jornalismo em contextos digitais, oferecendo dados que possam fortalecer futuras reflexões sobre a reinvenção do rádio em ambientes virtuais contemporâneos.

Referências

CERQUEIRA, Bárbara Maia. **Vínculos afetivos no consumo radiofônico: identidade, território e escuta diaspórica**. 2021. 183 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

DALMONTE, Edson Fernando. **Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência**. Salvador: EDUFBA, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KALSING, Janaína. **Jornalistas metrificados e plataformização do jornalismo**. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

KEMP, Simon. **Digital 2024: Brazil**. DataReportal, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LINDEMANN, Cristiane. SCHUSTER, Regina. BELOCHIO, Vivian. **Em busca da performance jornalística no TikTok: uma análise do Estadão e da Folha de S.Paulo**. v. 19 n. 1 (2022): Jornalismo, mídia e as contribuições de Nilson Lage. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/85604>

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info**. Libero, São Paulo, v.14, n.27, p.125-134, 2011.

LOPEZ, Debora Cristina. **(Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência**. In: A história do campo acadêmico e os 25 anos de estudos radiofônicos no Brasil. In.: Zuculoto, V.; Lopez, D.; Kischinhevsky, M. (Org.). Estudos Radiofônicos no Brasil-25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. São Paulo: INTERCOM. 2016.

MONTEIRO, J. C. S. TikTok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, v. 2, p. 05-20, 2020.

PEREIRA, Alexandre André. MONTEIRO, Jean Carlos. **Jornalismo no TikTok, Check!** Revista Latino-Americana de Estudos Científico – ISSN 2675-3855 – v. 02, n.12, 2021.

SIROTSKY, Nelson. Convergência da mídia e o futuro dos veículos. *In: Mesa-redonda sobre a mídia do futuro*. ESPM, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 36-46, 2006.

TABOADA, Arlete Aparecida. **Radioweb**: outra rádio, diferentes processos de produção, roteirização e edição. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2012.

TIKTOK. **Sobre o TikTok**. Tiktok, 2025. Disponível em:
<https://www.tiktok.com/about?lang=pt-BR>. Acesso em: 05 jun. 2025.