
Jornalismo no *TikTok*: análise da produção de conteúdo da jornalista Giovana Braga¹

Marco Antônio de Oliveira TESSAROTTO²
Vanessa Maria de Carvalho SILVA³
Universidade Estadual do Piauí, Picos, PI

RESUMO

O presente resumo aborda o trabalho da jornalista e criadora de conteúdo Giovana Braga na plataforma *TikTok*, buscando: analisar suas estratégias de distribuição de conteúdo jornalístico; identificar suas estratégias de divulgação de conteúdo e os principais valores-notícias tratados em seus vídeos e compreender como esses valores-notícias se apresentam nos comentários dos vídeos. Para tanto, acionamos os autores Costa (2021), Polo (2022) e Sousa (2021) nas inferências sobre esse fazer jornalístico. Enquanto estratégias metodológicas optamos pela análise de conteúdo (Bardin, 2016), entrevista em profundidade e extração netnográfica que apontaram a jornalista como curadora das informações disponíveis em rede.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; produção e consumo; Giovana Braga; *TikTok*; rede social

1. INTRODUÇÃO

O processo de reconfiguração tecnológica levou a humanidade a constituir uma sociedade em rede, ou seja, uma sociedade “baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes” (Castells, 2005, p. 20). O mundo se tornou

¹ Trabalho apresentado no GT04NE – Comunicação, cultura e internet no 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Natal/RN – 08 a 10/05/2024

² Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS). Professor substituto do Curso de Jornalismo da UESPI-CPBA, email: marcoantoniodeoliveira@pcs.uespi.br

³ Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí, Campus Professor Barros Araújo, Picos-Pi, email: vanessacarvalhosilva@aluno.uespi.br

interconectado, sob constantes interações entre as populações ao redor do globo e a criação de laços de interdependência. Desse modo, a atual sociedade está em rede e é global, pois seus atores realizam trocas relacionadas a economia, sociabilidade e política.

A internet é constituída por nós, isto é, as conexões entre pessoas que formam as mídias digitais. Uma rede social pode ser entendida como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (Wasseman; Faust, 1994; Degenne; Forse, 1999 apud Recuero, 2009, p. 24). Essas conexões entre os sujeitos estão presentes no espaço virtual dentro de plataformas nomeadas como sites de mídias digitais.

No Brasil, o jornalismo digital vivenciou suas primeiras experiências na internet, através dos portais de informação que surgiram na década de 1990. Das primeiras experimentações, no fim do século XX até as últimas produções realizadas em uma rede social digital de algum veículo, o jornalismo digital experienciou inúmeras transformações em sua estrutura. Como resultado desse processo, originou-se não apenas um modelo de jornalismo inédito dentro do ambiente online, mas também novas formas de atuação nas redações, fomentadas pelas dinâmicas e particularidades trazidas pela tecnologia da internet. O *TikTok*, na condição de rede social de entretenimento, ainda é um ambiente pouco conhecido no contexto do jornalismo digital. Em uma breve observação de perfis jornalísticos tradicionais que atuam na plataforma foi possível identificar semelhanças nos formatos dos conteúdos publicados, como o uso de vídeos recortados de reportagens televisivas.

Neste aspecto, os cidadãos não-jornalistas adquirem liberdade para produzir e divulgar informações, o que confere uma reorganização das práticas jornalísticas uma vez que o processo informativo passa de vertical para horizontal. Como pontua Ruthy Costa (2021, p. 68), “a cadeia noticiosa já não acontece de forma unidirecional”, pois os usuários da internet têm acesso aos mesmos dispositivos de comunicação que os jornalistas possuem e isso lhes garante o contato com fontes e informações para construir suas narrativas informativas, as quais por sua vez podem ser publicadas nos sites ou nas redes sociais digitais dos mesmos (Costa, 2021). Para entendermos a complexidade do fenômeno, elencamos como procedimentos metodológicos os seguintes elementos no tópico abaixo.

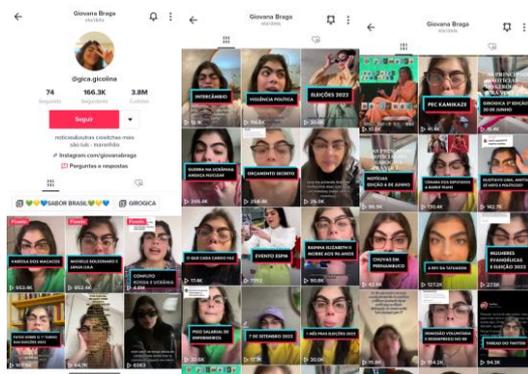
2. METODOLOGIA

Neste sentido, para pensarmos na construção de caminhos e entender o fenômeno tratado, construímos as seguintes perguntas: Como o jornalismo se apresenta no perfil de Giovana Braga no TikTok? Quais as estratégias que a jornalista utiliza para distribuir seu conteúdo no TikTok? E quais são os valores-notícias mobilizados por ela em seus vídeos?

Para estabelecer pontes para a construção das respostas aos problemas da pesquisa, pensamos como referenciais metodológicos, a análise de conteúdo (AC) sob a perspectiva de Laurence Bardin (2016), com o intuito de analisar o conteúdo das postagens da jornalista em seus vídeos no *TikTok* (temas/cenários/valores notícias); a entrevista em profundidade (Duarte, 2011) realizada com a jornalista e influencer Giovana Braga e a extração de dados realizada por meio de capturas de tela de dispositivo móvel, opção esta referente a vertente netnográfica (Kozinets, 2014), para descrever o conjunto de articulações da pesquisa desenvolvida no trabalho de conclusão de curso em Jornalismo.

A análise constituiu uma das principais ferramentas de construção e interpretação dos materiais desta pesquisa, visto que através dela nos aprofundamos nos conteúdos e inferimos aspectos relacionados a performance da Giovana Braga, bem como aos critérios de noticiabilidade (valores-notícias) implícitos em cada material, ao perfil de seu público, às estratégias de produção e divulgação de conteúdo, e a outras informações implícitas como a credibilidade atingida pela jornalista diante dos usuários e a construção de sua autoimagem nas redes.

Figuras 1, 2 e 3 — Perfil da jornalista *tiktoker* Giovana Braga



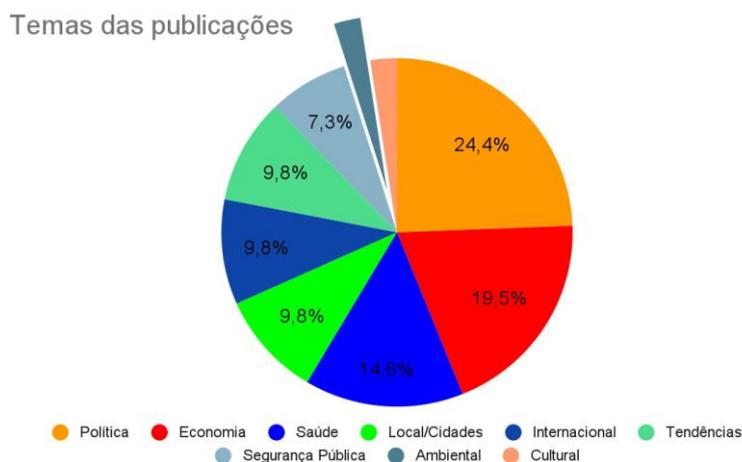
Fonte: Da autora, 2022
Reprodução: @gica.gicolina

Nesse sentido, realizamos uma pesquisa de campo online através dos comentários, pois a netnografia é uma metodologia observacional participante baseada em trabalho de campo online e que utiliza comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal (Kozinets, 2014).

3. PRINCIPAIS ACHADOS DA PESQUISA

Os achados da pesquisa referentes ao recorte entre maio a agosto de 2022, Braga noticiou 37 assuntos distintos, abarcados em 8 tipologias especializadas do jornalismo. Em números exatos foram 10 pautas de Política, 8 de Economia, 6 de Saúde, 4 de Local/Cidades; 4 em assuntos internacionais, outras 4 abordaram o Jornalismo de Comportamento e Tendências. Nesta última categoria, três pautas fizeram referência ao Jornalismo de Segurança Pública/Policial e uma em Jornalismo de Meio Ambiente/Ambiental. Além das citadas acima, 1 pauta está direcionada para o Jornalismo Cultural. Nesta análise, a título informativo, vale ressaltar que algumas pautas pertencem a mais de uma editoria.

Gráfico 1 — Assuntos/Temas abordados pela Giovana Braga



Fonte: Da autora, 2023

Nas editorias especializadas, observamos, ainda, um trabalho da jornalista no sentido de construção de valores-notícias em seus critérios de seleção de pautas. Em outras palavras, acreditamos que, estas editorias, se destacaram por utilizar determinados valores-notícia para a elaboração do conteúdo. Nesse caso, tomamos como base a organização de critérios de noticiabilidade feita por Jorge (2008). Essa autora classifica tais valores em fundamentais (como atualidade, proximidade e notoriedade) e temáticos (dinheiro, poder, religião, trabalho, mistério, morte, etc). Os primeiros são os principais, pois “puxam os demais” (Jorge, 2008, p. 30).

Os resultados do processo de observação e de análise dos dados revela a presença da jornalista como uma mediadora entre os veículos e o público jovem, o qual se distanciou do jornalismo canônico ao longo do tempo. Dessa forma, observamos o rompimento do monopólio de mediação das informações que outrora era exclusivo e desenvolvido pelos veículos tradicionais.

4. CONCLUSÃO

As estratégias utilizadas pela jornalista Giovana Braga em seu trabalho de curadoria de conteúdo jornalístico dentro do *TikTok*, descrevemos dois movimentos do empírico: um fluxo mais acelerado (Giro Gica) com uma média de 2 minutos e outro mais contextualizado, a depender do critério de notoriedade do tema trabalhado pela jornalista que são vídeos com duração de mais de 3 minutos.

O trabalho da jornalista consiste em um levantamento de informações já em circulação, onde ela analisa estes fatos a partir do seu entendimento sobre critérios de noticiabilidade e o que seu público deseja saber para, então, selecionar quais assuntos vai publicar em seu perfil e qual tratamento noticioso os materiais receberão. Dessa forma, Giovana Braga não elabora uma pauta completamente do zero, como fazem os jornalistas tradicionais, mas sim coleta notícias em evidência para explicá-las e/ou analisá-las em seus vídeos.

O fazer jornalístico da criadora de conteúdo baseia-se em decupar, analisar e explicar/decodificar notícias, características estas, que a define como uma curadora de conteúdo informativo dentro da plataforma *TikTok*, e o seu perfil de público corresponde aos integrantes da geração Z. Nesse contexto, para desenvolver seu conteúdo ela seleciona

notícias tanto de veículos da mídia tradicional quanto das mídias digitais e adequa essas informações às lógicas da plataforma através do uso de linguagens, formatos e recursos próprios do aplicativo.

Logo, ao contrário dos veículos tradicionais que estabelecem estratégias mais impessoais na produção de seus materiais, Giovana Braga observa o público jovem como consumidor de informações através das lógicas das mídias digitais. Assim, seu destaque na rede se deve a esse caminhar ainda inicial dos veículos tradicionais da imprensa no país.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3ª reimpr. da 1ª ed. São Paulo: Edições 70, 2016. 139 p.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M.;

CARDOSO, G. (Org.). **A Sociedade em Rede**: Do conhecimento à Acção Política. Portugal: Imprensa Nacional, Casa da moeda, 2005, p. 17-31. Disponível em: <https://bit.ly/2Ma4Wob>
Acesso em 25 set. 2022.

COSTA, R. M. de B. **Jornalismo e redes sociais**: A utilização do Facebook e do Instagram para a produção e distribuição de notícias no portal Cidade Verde. 2021. Dissertação. (Mestrado em Comunicação): Universidade Federal do Piauí - UFPI, Teresina, 2021, 262 p.

DUARTE, J. **Entrevista em profundidade**. In: DUARTE, J & BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2º ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2011, p. 62 – 83.

JORGE, T. de M. **Manual do foca**: guia de sobrevivência para jornalistas. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2008, 194 p.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. 1ª ed. Porto Alegre: Editora Peso, 2014, 202 p.

POLO, F. **Produção jornalística para a Geração Z**: análise de conteúdo de perfis de redações brasileiras no *TikTok*. 123f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

RECUERO, R. **mídias digitais na Internet, Difusão de Informações e Jornalismo**: Elementos para discussão, p. 1 – 15, 2009.

SOUSA, C. A. X. de. **Produção de conteúdo jornalístico no TikTok**: Informação a um tok. 121f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2021.