

Estadão no Tik Tok: Como o Jornal Digital utiliza a mídia social para engajar o público jovem¹

Nasilene Araújo SOUSA²
Luan Correia Cunha SANTOS³
Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

RESUMO

O presente trabalho busca analisar de que forma o Estadão constrói suas estratégias transmidiáticas direcionadas aos jovens, a partir de ferramentas e estruturas de engajamento, na plataforma Tik Tok, para produzir chamadas de matérias do jornal digital. Propomos um estudo a partir da Análise de Conteúdo, buscando identificar e classificar suas estratégias na tentativa de aproximação com o público alvo. Identificamos assim, a necessidade dos veículos jornalísticos de se adaptarem a novos formatos e formas de interação.

PALAVRAS-CHAVE: Estadão; Transmídiação; Geração Z; Engajamento; Tik Tok.

CORPO DO TEXTO

Junto com advento, popularização da internet e o surgimento das novas tecnologias, grandes veículos de informação começaram a se adaptar aos novos meios de comunicação e no século atual é perceptível que a busca por informações via internet tem aumentado, sendo assim, é muito comum ver veículos jornalísticos presentes nas mídias sociais, que é um ambiente onde ocorrem interações entre pessoas de diversos locais e também, trocas de informações. O jornalismo digital tem se reinventado junto com o avanço tecnológico para se adaptar às novas técnicas de leitura dos seus consumidores, com o intuito de se aproximar cada vez do seu público-alvo, sendo maior parte desse público os jovens.

Dentre as mídias sociais usadas como ferramenta de comunicação para o jornalismo está o Tik Tok, uma mídia social de compartilhamento de vídeos curtos de 15 ou 60 segundos e 3 minutos, que também tem amplos recursos para editá-los. Desde o

¹ Trabalho apresentado na IJ 05 – Comunicação Multimídia do 20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 14 a 16 de junho de 2023.

² Estudante de graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social – jornalismo da Universidade Federal de Roraima, email: nascilene4@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – jornalismo da Universidade Federal de Roraima, email: luanjack@gmail.com

seu surgimento, alguns veículos de comunicação passaram a utilizar a rede como ferramenta jornalística, pois os vídeos curtos que são compartilhados na plataforma têm grande alcance, podendo ser utilizados como um meio para incentivar a leitura dos telespectadores jovens. Para atrair o seu leitor, o veículo de comunicação, seja ele digital, impresso ou televisivo, precisa elaborar uma boa chamada, que prenda a atenção e garanta que seu público consuma toda a matéria, e dentro do jornalismo digital, as mídias sociais são grandes aliadas na criação dessas chamadas, que é o caso do Estadão, objeto de estudo desse projeto, um jornal do estado de São Paulo, que vem utilizando o Tik Tok para compartilhar suas pautas, assim, atraindo o público para consumir as notícias do seu site.

Tendo como problema de pesquisa analisar como o Estadão constrói suas estratégias transmidiáticas, direcionadas aos jovens, a partir de ferramentas e estruturas de engajamento, na plataforma Tik Tok, para produzir chamadas de matérias do Jornal Digital, tomamos os seguintes objetivos: Analisar como o jornal Estadão utiliza o Tik Tok na elaboração das chamadas das matérias compartilhadas em vídeos curtos direcionados ao público jovem; Estudar o posicionamento e as estratégias do Jornal Digital Estadão em relação a sua presença digital nas redes sociais (Twitter, Instagram e Tik Tok); Entender o uso jornalístico e as adequações que o Estadão faz na plataforma Tik Tok em suas chamadas para matérias; Compreender como ocorre o engajamento da Geração Z no consumo de conteúdos jornalísticos a partir da estrutura da plataforma do Tik Tok.

Segundo Barbosa (2016) com o advento das tecnologias, as práticas de leitura também se modificaram e se adaptaram ao ambiente digital. Um exemplo disso são as visualizações de vídeos nas mídias sociais.

Fechine (2014), traz a definição de transmídiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas, onde essa articulação está ancorada as estratégias e práticas de interação da cultura participativa estimulada pelos meios digitais. Ela ainda fala que “para os estudiosos do fenômeno, o desafio consiste, então, em identificar e analisar quais são essas estratégias e práticas, as quais variam de acordo com o campo de produção (teledramaturgia, jornalismo, publicidade etc.)” (FECHINE, 2014, p. 07).

Aplicar o conceito de transmídiação que Fechine traz nesse projeto é de muita utilidade, uma vez que o mesmo trata de analisar a performance do jornal digital Estadão

na plataforma Tik Tok, que, segundo Pereira e Monteiro (2021), tem se mostrado uma ótima maneira de compartilhar as notícias do momento. A partir do pensamento dos autores, podemos ter um breve deslumbre de que assim como essa nova geração, o jornalismo também tem se moldado com o surgimento das novas tecnologias e novas mídias sociais. Assim como se adaptaram as mídias anteriores (Facebook, Instagram e Twitter) os veículos de comunicação, hoje, estão se adaptando ao Tik Tok, tendo em vista que grande parte do público alvo está imerso nessa mídia,

Tendo em vista que o Tik Tok vem crescendo e recebendo incentivo dos seus criadores para que mais e mais jovens utilizem a plataforma, os jornalistas não podem manter-se inertes desse novo modelo de comunicação que se estabelece por meio da interação de milhões de usuários que consomem conteúdo diariamente (PEREIRA; MONTEIRO, 2021, p. 05)

Pereira e Monteiro (2021) falam também que um dos fatores mais relevantes para que jornalistas e veículos de comunicação utilizem o Tik Tok é por conta do combate a desinformação e disseminação de fake news, o que nos dias atuais é extremamente importante, tendo em vista que essa nova geração conectada é preocupada em consumir notícias, principalmente através das redes sociais como o Tik Tok, e ter veículos de informação confiáveis nessas plataformas é de grande utilidade.

O Tik Tok emerge como uma mídia social com forte apelo para o público jovem, sendo porta de entrada para que estes consumam notícias no seu cotidiano, mantendo-se informados enquanto consomem conteúdos de humor, inspiração, educativos, entre outros (PEREIRA; MONTEIRO, 2021).

E esse pensamento dos autores pode, de certa forma, relacionar-se com os de Cervi (2021) em seu artigo Tik Tok e Geração Z:

O recente aumento impressionante do Tik Tok (principalmente durante o bloqueio) e seus atuais 800 milhões de usuários ativos parecem sugerir que o aplicativo veio para ficar; em todo caso, a plataforma merece observação atenta a priori, pois representa o espelho de uma geração, a Geração Z. Como a Geração Z representará em breve mais de um terço da população mundial, é seminal entender, ou pelo menos pelo menos familiarize-se com seu habitat e seus hábitos (CERVI, 2021, p.2).

A prática do jornalismo no Tik Tok, tem sido também uma forma de se aproximar mais desse público jovem que faz parte da Geração Z, que consomem todos os dias vários tipos de conteúdos na plataforma, entre eles o jornalístico. A relação da Geração Z com a nova mídia social Tik Tok, não parece ser algo passageiro, como diz Laura Cervi no trecho destacado de seu artigo, e, muitos meios estão atualmente se adaptando a essa nova

mídia social (Tik Tok) para se aproximar mais do público alvo que está inserido nela, sendo um desses meios o de comunicação/jornalismo.

Embora não haja um consenso absoluto sobre os limites precisos da Geração Z, a maior parte da literatura (Pew Research Center 2019) considera que ela é composta por indivíduos nascidos entre os anos de 1996 e 2010. Sua característica mais importante é que eles são a primeira geração que nunca conheceu um mundo sem a Internet. Suas vidas são moldadas pela internet, que se tornou uma parte natural de suas vidas (CERVI, 2021, p. 03).

Sendo uma geração que nunca viveu em um mundo sem internet, é normal que os jovens que fazem parte dessa geração queiram acompanhar as atualidades que a internet proporciona, aliás, muitos destes vivem da internet, como influenciadores digitais, e o Tik Tok tem sido para eles, uma ferramenta de trabalho. Tendo em vista que grande parte dos jovens estão inseridos nessa mídia social, ela se torna um ambiente propício para ferramenta de trabalho dos meios de comunicação, (embora o Tik Tok seja uma ótima plataforma de engajamento para qualquer segmento) que tenha como público alvo jovens a partir de 16 anos.

Tendo como base para a construção metodológica do trabalho, a Análise de Conteúdo, será realizada uma observação sistemática do perfil do Estadão no Tik Tok. A partir desta sistematização, será observado e classificado os recursos utilizados pelo jornal, através dos vídeos compartilhados, pretendendo reconhecer as estratégias acionadas por este. Por fim, observaremos as materialidades de engajamento, buscando traçar uma relação destas com as estratégias adotadas.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Sandra Carla Pereira; **Práticas de leituras realizadas a partir de postagem de vídeos em redes sociais**; mestrado em LINGUAGEM DE ENSINO, instituição de ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE, 2016.

CERVI, Laura. Tik Tok and generation Z, Theatre, Dance and Performance Training. In: **Theatre, Dance and Performance Training** . N 02. V. 12. 2021.

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: **Revista Contracampo**, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs: 5-22.

PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. Jornalismo no Tik Tok, Check! In: **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**. V 02, n12. 2021.