

AS POTENCIALIDADES DO CIBERJORNALISMO NO TIKTOK: análise dos perfis da Rádio Renascença e do Observador

THE POTENTIAL OF CYBERJOURNALISM ON TIKTOK: an analysis of the profiles of Rádio Renascença and Observador

Caroline Silva Falcão Guedes

<https://doi.org/10.21747/21836671/pagviiiwpgcia18>

Resumo: A plataformação do jornalismo tem reconfigurado práticas, linguagens e critérios de relevância noticiosa, particularmente em plataformas de vídeo curto como o TikTok. Este artigo analisa como as sete potencialidades do ciberjornalismo — hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, instantaneidade, ubiquidade, memória e personalização — são reinterpretadas no TikTok por dois meios portugueses: *Observador* e *Rádio Renascença*. A investigação adota uma abordagem qualitativa e comparativa, baseada na análise de 20 vídeos jornalísticos publicados entre 1 e 7 de setembro de 2025. Os resultados evidenciam duas estratégias distintas de adaptação à plataforma: uma tiktokização informativa, centrada na factualidade, concisão e atualização contínua, e uma tiktokização afetiva, orientada pela oralidade, empatia e identidade institucional. Conclui-se que as potencialidades do ciberjornalismo não desaparecem, mas são reconfiguradas pela lógica algorítmica do TikTok, produzindo implicações éticas, comunicacionais e epistemológicas para o jornalismo em ecossistemas mediáticos plataformaizados.

Palavras-chave: Ciberjornalismo; Jornalismo digital; Plataformação; TikTok.

Abstract: This article examines how the platformisation of journalism is reshaping news practices, languages, and newsworthiness criteria on short-form video platforms, particularly TikTok. It investigates how the seven core affordances of cyberjournalism — hypertextuality, multimediality, interactivity, immediacy, ubiquity, memory, and personalization — are reinterpreted by two Portuguese news organizations, *Observador* and *Rádio Renascença*. Adopting a qualitative and comparative approach, the study analyses 20 journalistic videos published on TikTok between September 1 and 7, 2025. The findings reveal two distinct adaptation strategies: an informational tiktokisation, characterised by factual reporting, brevity, and continuous updating, and an affective tiktokisation, marked by orality, empathy, and the reinforcement of institutional identity. The study concludes that cyberjournalism affordances do not disappear within platform environments; instead, they are structurally reconfigured according to TikTok's algorithmic logic. These transformations generate relevant ethical, communicational, and epistemological implications, contributing to a broader understanding of the tiktokisation of Portuguese journalism and the evolving role of journalism in platformised media ecosystems.

Keywords: Webjournalism; Digital journalism; Platformisation; TikTok.

Introdução

A crescente plataformação do jornalismo (KALSING, 2021) — entendida como o processo através do qual as plataformas digitais passam a desempenhar um papel central na mediação da informação — tem vindo a transformar as práticas jornalísticas contemporâneas (CHUA, 2023; DEGEN, OLGEMÖLLER e ZABEL, 2024; GONÇALVES e DIAS, 2025; HUMAYUN e FERRUCCI, 2022; MAARES e HANUSCH, 2020). Esta transformação do ecossistema informacional digital conduz o jornalismo a processos contínuos de adaptação ao ritmo, à estética e à lógica operativa das plataformas.

Segundo Canavilhas (2010), a reconfiguração do ecossistema mediático foi significativamente acelerada com o surgimento dos media sociais – como blogues, microblogues e redes sociais –, bem como com o aumento exponencial do número de fontes e da quantidade de informação em circulação. Este novo ambiente comunicacional impõe desafios estruturais às rotinas jornalísticas, às formas narrativas e aos critérios de noticiabilidade.

Neste contexto, a plataforma de rede social TikTok afirma-se como um meio relevante para o consumo de notícias, sobretudo entre audiências mais jovens. O *Digital News Report 2023* (REUTERS..., 2023) evidencia uma diminuição do envolvimento do público com redes sociais consideradas tradicionais, como o Facebook, e, em contrapartida, uma crescente centralidade de plataformas baseadas em vídeo – nomeadamente o YouTube e o TikTok – na difusão de conteúdos noticiosos.

A entrada de meios jornalísticos neste ambiente contribui para a reconfiguração dos modos de produção, circulação e receção da notícia, levantando questões fundamentais sobre a forma como as potencialidades do ciberjornalismo se ajustam a uma lógica algorítmica audiovisual e altamente personalizada, característica dos vídeos de curta duração.

Este estudo insere-se no campo dos estudos de ciberjornalismo e adota como eixo conceptual o modelo das propriedades da linguagem jornalística digital – designadas em Portugal como potencialidades (ZAMITH, 2008) – sistematizado por autores como Bardoel e Deuze (2001), Palacios (2003, 2014), Canavilhas (2007, 2014), Salaverría (2005, 2014), Mielniczuk (2003) e Pavlik (2001, 2014). Estas propriedades – hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, instantaneidade (atualização contínua), ubiquidade, memória e personalização – descrevem dimensões estruturantes da linguagem jornalística na web e constituem, atualmente, uma lente analítica fundamental para compreender os processos de plataformação da notícia.

Todavia, a ascensão de plataformas como o TikTok (GONÇALVES e MELO, 2022), marcadas por temporalidades aceleradas (PEREIRA, 2025), *feeds* personalizados (FERNANDES, 2022), estímulos sensoriais intensificados e métricas de desempenho orientadas para a retenção de atenção, sugere a necessidade de uma atualização interpretativa deste quadro conceptual (BUCHER, 2018; DIAKOPOULOS, 2019).

No TikTok, estas potencialidades não desaparecem, mas são reinterpretadas à luz da arquitetura algorítmica, da estética audiovisual e dos dispositivos de captação de atenção próprios da plataforma (BHANDARI e BIMO, 2022; LIMA, 2025; PEREIRA, 2025). Elementos tradicionais do webjornalismo, como os *links* de navegação hipertextual, tendem a ser substituídos por *hashtags*, trilhas sonoras virais, duetos e lógicas de recomendação algorítmica. Neste sentido, a linguagem jornalística não apenas se adapta, mas transforma-se estruturalmente.

É neste enquadramento que o presente estudo tem como objetivo geral analisar de que forma as sete potencialidades do ciberjornalismo são reinterpretadas nos conteúdos publicados no TikTok por dois perfis de imprensa portugueses – *Rádio Renascença* e *Observador*. Especificamente, pretende-se identificar como estas propriedades se manifestam nos formatos audiovisuais da plataforma, bem como mapear convergências, divergências decorrentes deste processo de plataformação do jornalismo.

Potencialidades do ciberjornalismo em plataformas algorítmicas

As potencialidades do ciberjornalismo descrevem os fundamentos estruturais da linguagem do jornalismo digital, ultrapassando uma perspectiva meramente técnica para integrar dimensões discursivas, cognitivas e comunicacionais (CANAVILHAS, 2014; PALACIOS, 2003). No contexto da plataforma TikTok, estas propriedades são atravessadas por uma infraestrutura algorítmica marcada pela curadoria automatizada, por lógicas de visibilidade assentes no engajamento e por uma estética performativa associada ao audiovisual de curta duração (BUCHER, 2018; CREDI-DIO e HENRIQUES, 2025; FALCÃO, 2025; VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018; ZÚÑIGA VAZQUEZ, 2023).

A hipertextualidade, concebida inicialmente como um sistema de navegação assente em ligações externas e internas (LANDOW, 1992), assume no TikTok uma configuração profundamente distinta. Em vez de percursos editoriais definidos por *links*, a navegação passa a ocorrer através de redes algorítmicas de recomendação mediadas por *hashtags*, duetos, *stitches* e sons virais. O utilizador não escolhe o caminho informativo de forma consciente, mas é conduzido por fluxos de conteúdos determinados por sistemas automáticos de relevância baseados em sinais comportamentais (FALTESEK *et al.*, 2023). A hipertextualidade torna-se, assim, implícita, dinâmica e opaca.

A multimedialidade, conforme definida por Bardoel e Deuze (2001), Palacios (2003) e Salaverría (2005, 2014), corresponde à integração articulada de diferentes linguagens – texto, som, imagem e vídeo – numa unidade narrativa. No TikTok, esta propriedade intensifica-se no formato audiovisual vertical, incorporando narração oral, texto sobreposto, legendas automáticas, efeitos visuais, trilhas sonoras virais e enquadramentos dinâmicos. O vídeo curto transforma-se num ambiente de sobreposição sígnica, no qual camadas visuais e sonoras operam como unidades indissociáveis de sentido (MANOVICH, 2013; PAVLIK, 2014). Esta elevada densidade sensorial funciona também como estratégia de retenção de atenção, maximizando a estimulação num contexto de consumo fragmentado e acelerado (YANG, ZHAO e MA, 2019).

A interatividade, tradicionalmente associada à possibilidade de diálogo e participação do público na construção da narrativa (CANAVILHAS, 2007; PALACIOS, 2003), é redefinida no TikTok como uma prática predominantemente performativa e datificada. Para além dos comentários, a interação ocorre através de gestos visuais e técnicos como *likes*, partilhas, duetos, *stitches* e remisturas (VÁZQUEZ-HERRERO *et al.*, 2022). Cada ação do utilizador converte-se em dado mensurável, alimentando os circuitos de visibilidade da plataforma e transformando a audiência em coautora algorítmica (BARBOSA, 2011). Este processo tem implicações profundas, uma vez que o público deixa de ser apenas consumidor de conteúdos para se tornar fornecedor involuntário de dados comportamentais que sustentam os sistemas de recomendação (AIRES, 2024; DOYLE, 2024; ZHU *et al.*, 2025).

A instantaneidade, também designada como atualização contínua (MACHADO e PALACIOS, 2003), é amplificada no *feed* do TikTok e opera segundo aquilo que Bucher (2018) descreve como processamento algorítmico, no qual determinados sinais de dados são privilegiados em detrimento de outros. Nesta lógica, o valor-notícia tende a ser substituído pelo valor da tendência, e a relevância informativa passa a ser medida pelo ritmo de atualização e pelo potencial de viralização, mais do que pela profundidade ou contextualização. Esta cultura do presente contínuo (BAUMAN, 2007) redefine o próprio conceito de atualidade e os critérios de visibilidade jornalística.

A ubiquidade, entendida como a possibilidade de acesso à informação em qualquer tempo e lugar (PAVLIK, 2001), intensifica-se num ambiente *mobile-first*, otimizado para o ecrã vertical e para o consumo tátil. O jornalismo torna-se portátil, contínuo e integrado nos ritmos de deslocação quotidiana, adaptando-se à fragmentação da atenção característica da contemporaneidade digital (CANAVILHAS, 2025).

A memória, embora aparentemente enfraquecida num ecossistema orientado para o novo, adquire no TikTok uma configuração algorítmica contingente. Os conteúdos permanecem tecnicamente arquivados, mas a sua visibilidade depende das lógicas de recomendação, que privilegiam o recente, ainda que possam reintroduzir vídeos antigos em função de tendências ou reenquadramentos temáticos. Assim, constrói-se uma memória sob tensão, em que o passado ressurgue apenas quando reativado pelo algoritmo (HOSKINS, 2018; KAUN e STIERNSTEDT, 2020; PALACIOS, 2003; VAN DIJCK, 2013). Esta temporalidade reforça o predomínio do presente contínuo e pode comprometer a preservação histórica e a construção coletiva da memória informacional.

Por fim, a personalização, defendida por Lorenz (2014) como estratégia de captação e fidelização do público, assume um papel central no TikTok ao produzir experiências informativas altamente individualizadas. No contexto jornalístico, esta lógica desafia o ideal de um espaço público comum e o princípio de uma agenda coletiva, potenciando riscos de fragmentação da realidade informativa e de isolamento em bolhas de conteúdos (PARISER, 2011).

Ao observar de que modo estas potencialidades se manifestam nos perfis jornalísticos analisados, o presente artigo contribui para o debate sobre a tiktokização do jornalismo, entendida como um processo de reconfiguração estética, comunicacional e metodológica da prática jornalística em plataformas de vídeo de curta duração. Este enquadramento integra-se na investigação de doutoramento da autora, centrada na análise das transformações do jornalismo em ambientes algorítmicos, com particular enfoque no TikTok enquanto ecossistema informativo emergente.

Metodologia

A pesquisa adota abordagem qualitativa e comparativa, fundamentada na análise de conteúdo (SAMPAIO e LYCARIÃO, 2021), adequada para interpretar significados, padrões e recorrências discursivas em produtos midiáticos plataformizados.

A presente investigação adota uma abordagem qualitativa e comparativa, sustentada pela análise de conteúdo, metodologia particularmente adequada para a interpretação de significados, padrões discursivos e recorrências simbólicas em produtos mediáticos plataformizados (SAMPAIO e LYCARIÃO, 2021). Esta opção metodológica permite examinar de forma sistemática como as potencialidades do ciberjornalismo se manifestam e são reinterpretadas no contexto específico do TikTok, respeitando a complexidade semiótica e algorítmica da plataforma.

Corpus

O *corpus* empírico é constituído por 20 vídeos jornalísticos, sendo 10 provenientes do perfil @observador_ e 10 do perfil @radiorenascenca, publicados entre 1 e 7 de setembro de

2025. A amostra foi definida de forma intencional e criteriosa, privilegiando conteúdos noticiosos produzidos especificamente para o TikTok.

Foram excluídos:

- Vídeos de carácter promocional.
- Conteúdos derivados de outros formatos, como cortes de *podcasts* ou *videocasts*.
- Publicações cuja função principal não fosse informativa.

Os critérios de seleção do *corpus* asseguram:

- Diversidade temática, incluindo política, cultura, quotidiano e *breaking news*.
- Equilíbrio entre vídeos estritamente informativos e conteúdos de bastidores.
- Regularidade temporal de publicação, evitando concentrações artificiais.
- Produção autoral dos próprios veículos, garantindo coerência editorial.

Procedimentos de análise

Cada vídeo foi analisado com base num protocolo estruturado segundo as sete propriedades da linguagem jornalística digital, conforme sistematizadas por Canavilhas (2014). O processo analítico desenvolveu-se em três etapas complementares:

1. Descrição técnica

- Uso de recursos audiovisuais.
- Presença ou ausência de jornalista.
- Utilização de trilha sonora.
- Elementos gráficos e visuais sobrepostos.

2. Classificação do conteúdo

- Editoria temática.
- Tipologia do vídeo (informação com presença humana, informação sem presença humana, análise ou entrevista).

3. Análise interpretativa

- Avaliação qualitativa da manifestação de cada potencialidade, recorrendo a uma escala ordinal de 0 a 4, seguida de comparação transversal entre os dois perfis analisados.

Critérios de observação por propriedade

Para assegurar consistência analítica, foram definidos critérios específicos para cada propriedade:

- 1.** Hipertextualidade: presença de *hashtags*, remissões temáticas, duetos, *stitches* ou outros mecanismos que conectem o vídeo a fluxos informativos mais amplos.
- 2.** Multimedialidade: integração e articulação entre texto, imagem, som, efeitos visuais e voz.
- 3.** Interatividade: estímulos diretos à participação do público (perguntas, enquetes, *calls to action* como “curta” ou “partilhe”), bem como interações do perfil nos comentários.
- 4.** Instantaneidade: atualidade temática, proximidade temporal com os acontecimentos, cobertura em tempo real e resposta a tendências emergentes.
- 5.** Ubiquidade: adequação ao modelo *mobile-first*, uso do enquadramento vertical e potencial de circulação em plataformas derivadas.
- 6.** Memória: referência a acontecimentos passados, reutilização ou recontextualização de conteúdos anteriores.
- 7.** Personalização: adaptação discursiva, estética e narrativa à lógica de visibilidade personalizada da plataforma e aos públicos-alvo identificados.

A escala ordinal (0–4) foi aplicada com critérios interpretativos previamente definidos, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Escala interpretativa das potencialidades

Valor	Critério interpretativo
0	Ausência da propriedade
1	Presença mínima, isolada ou superficial
2	Manifestação moderada, estruturada, mas ainda discreta
3	Manifestação significativa e recorrente na narrativa
4	Manifestação central e dominante na construção do conteúdo

Fonte: elaboração da autora.

A codificação foi realizada individualmente pela autora, sem dupla codificação cruzada nesta fase exploratória. Para garantir consistência e fiabilidade, recorreu-se a revisões iterativas do protocolo, comparação entre casos e confrontação contínua com os referenciais teóricos adotados.

Limitações e perspectivas futuras

O estudo apresenta um carácter exploratório, com amostra reduzida e recorte temporal limitado, inserindo-se numa fase inicial de investigação doutoral. A análise oferece, assim, um retrato situado das práticas jornalísticas no TikTok, não permitindo generalizações para outros períodos, veículos ou contextos mediáticos.

Entre as principais limitações, destacam-se:

- Número restrito de vídeos analisados.
- Foco exclusivo em dois perfis jornalísticos.
- Ausência de métricas internas de desempenho, como retenção de audiência.

As etapas futuras da investigação incluem:

- Ampliação e diversificação do *corpus*.
- Realização de entrevistas semiestruturadas com jornalistas responsáveis pelos perfis.
- Integração de dados quantitativos de engajamento (visualizações, tempo médio de visualização, partilhas);
- Comparação com perfis jornalísticos de outros países ibero-americanos.

Estas abordagens permitirão aprofundar a compreensão da tiktokização do jornalismo em diferentes contextos culturais e editoriais, contribuindo para um entendimento mais abrangente dos desafios e oportunidades do jornalismo em plataformas de vídeo de curta duração.

Resultados

A análise comparativa dos conteúdos revelou duas tendências distintas de adaptação da linguagem jornalística ao TikTok: uma tiktokização informativa, predominante no perfil do *Observador*, e uma tiktokização afetiva, característica da *Rádio Renascença*. Estas tendências não representam modelos estanques, mas orientações dominantes que evidenciam diferentes estratégias de apropriação das potencialidades do jornalismo digital no contexto algorítmico da plataforma.

Tendências gerais da reconfiguração da linguagem jornalística

De forma transversal aos dois perfis analisados, observam-se quatro tendências principais:

- Multimedialidade e ubiquidade emergem como as propriedades mais consistentes, refletindo uma produção jornalística fortemente adaptada ao consumo *mobile-first*, com formatos audiovisuais verticais, curta duração e elevada densidade sensorial.
- Hipertextualidade e memória apresentam-se profundamente reconfiguradas, deixando de operar por meio de ligações editoriais explícitas e passando a

dependem de conexões algorítmicas, mecanismos de pesquisa interna e processos de recontextualização contingente.

- A interatividade mantém-se predominantemente simbólica e performativa, mediada por métricas de engajamento e gestos visíveis, em detrimento de formas dialogais ou deliberativas.
- A personalização assume um papel estruturante, funcionando como elo entre jornalista, algoritmo e público, embora se manifeste de forma diferenciada em cada veículo.

Estas tendências indicam que, no TikTok, as potencialidades clássicas do ciberjornalismo permanecem reconhecíveis, mas operam sob novas lógicas de visibilidade, temporalidade e mediação algorítmica.

Observador (@observador_)

O perfil do *Observador* evidencia um alinhamento consistente com um modelo informativo, marcado pela centralidade da atualidade e pela rapidez de resposta ao ciclo noticioso. A instantaneidade apresenta a pontuação mais elevada (média 4/4), refletindo uma forte adesão à lógica de atualização contínua e à cobertura de acontecimentos recentes. A multimedialidade surge igualmente de forma expressiva (média 3–4/4), com integração eficaz de voz, texto sobreposto e elementos visuais, embora com menor carga emocional.

A presença humana – geralmente do jornalista – desempenha um papel central na construção da credibilidade, funcionando como elemento de ancoragem informativa e de legitimação do conteúdo. A hipertextualidade mantém-se limitada, manifestando-se sobretudo através de *hashtags* e sons virais, sem exploração aprofundada de remissões temáticas ou narrativas seriadas. A memória revela-se episódica e dependente da lógica algorítmica, com baixa recorrência de conteúdos de arquivo ou contextualizações históricas.

No seu conjunto, estes resultados apontam para uma tiktokização informativa, caracterizada pela concisão, factualidade e ritmo acelerado, em que a relevância jornalística é negociada em estreita articulação com as dinâmicas de visibilidade da plataforma.

Rádio Renascença (@radiorenascenca)

O perfil da *Rádio Renascença* apresenta uma estratégia híbrida, combinando conteúdos noticiosos com mensagens comunitárias, referências religiosas e narrativas de proximidade, em coerência com a identidade histórica da emissora. A multimedialidade revela-se elevada (média 3–4/4), com forte ênfase na oralidade, no uso de voz institucional reconhecível e na integração de trilhas sonoras evocativas.

A personalização assume um papel particularmente relevante (média 3–4/4), operando através de escolhas estéticas e discursivas orientadas para a empatia e o envolvimento emocional. Neste perfil, a dimensão afetiva emerge como componente central da credibilidade jornalística: a emoção não substitui a informação, mas atua como mecanismo de conexão e confiança, reforçando laços simbólicos com a audiência.

A memória manifesta-se de forma mais consistente do que no *Observador*, especialmente através de vídeos de resgate histórico, efemérides religiosas e referências ao passado institucional da emissora. Para além disso, observa-se a recirculação ocasional de conteúdos antigos, impulsionada por interações recentes ou tendências algorítmicas, fenómeno já identificado em estudos sobre a temporalidade das plataformas (KAUN e STIERNSTEDT, 2020; VAN DIJCK, 2013).

Este conjunto de características configura uma tiktokização afetiva, em que a informação se articula com valores comunitários, identidade institucional e envolvimento emocional, herdando traços centrais da tradição radiofónica da emissora.

O Quadro 2 sintetiza as diferenças observadas na manifestação das sete propriedades da linguagem jornalística digital nos dois perfis analisados.

Quadro 2 – Comparação das potencialidades nos perfis analisados

Propriedade	Observador - OB (média)	Rádio Renascença - RR (média)	Diferenças principais
Hipertextualidade	2	2	OB: conexões temáticas atuais; RR: integração de referências religiosas e históricas.
Multimedialidade	3,5	3,5	Similar em ambos; RR privilegia o som e a oralidade.
Interatividade	2	2,5	RR apresenta maior apelo afetivo e comunitário.
Instantaneidade	4	3	OB foca o tempo real; RR equilibra atualidade e memória.
Ubiquidade	4	4	Forte adaptação <i>mobile-first</i> em ambos.
Memória	1,5	2,5	RR mais orientada ao resgate histórico.
Personalização	3	3,5	OB: racional-informativa; RR: empática-afetiva

Fonte: elaboração da autora.

Considerações finais

Os resultados deste estudo demonstram que as potencialidades do ciberjornalismo não desaparecem no TikTok, mas são transformadas pela arquitetura algorítmica da plataforma. A análise evidencia que as sete propriedades clássicas do jornalismo digital, originalmente formuladas para o contexto da web aberta, sofrem no TikTok um processo de rearticulação estrutural, e não apenas uma adaptação funcional.

A hipertextualidade baseada em *links* editoriais metamorfoseia-se em navegação algorítmica mediada por *hashtags*, sons e fluxos automatizados; a multimedialidade intensifica-se em densidade sensorial como estratégia de retenção de atenção; a interatividade converte-se em visibilidade mensurável através de métricas; a instantaneidade acelera-se numa lógica de competição por tendências; a ubiquidade consolida-se como princípio organizador da estética *mobile-first*; a memória fragiliza-se perante a obsolescência algorítmica, apesar da persistência técnica dos conteúdos; e a personalização exacerba-se, produzindo experiências informativas altamente segmentadas.

Neste contexto, os dois casos analisados ilustram estratégias diferenciadas de tiktokização do jornalismo. O *Observador* adota uma tiktokização informativa, orientada pela racionalidade jornalística, pela concisão factual e pela atualização contínua, enquanto a *Rádio Renascença* manifesta uma tiktokização afetiva, centrada na oralidade, na empatia e na identidade institucional, herdando traços da sua tradição radiofónica e comunitária. Estas estratégias revelam que a adaptação ao TikTok não é homogénea, mas mediada por culturas organizacionais, identidades editoriais e escolhas discursivas.

Do ponto de vista da Ciência da Informação, as potencialidades do ciberjornalismo operam, neste ambiente, como mecanismos de mediação sociotécnica e cognitiva, articulando dimensões técnicas, estéticas, comunicacionais e éticas. Contudo, a sua reconfiguração levanta implicações críticas. A personalização extrema pode reduzir a diversidade informativa e favorecer a fragmentação do espaço público; a dependência de métricas e tendências pode condicionar decisões editoriais, priorizando o potencial viral em detrimento da relevância social; a opacidade algorítmica transforma a audiência em coautora invisível, sem transparência sobre os critérios de circulação; e a centralidade das plataformas fragiliza os princípios democráticos de pluralidade e deliberação pública (BUCHER, 2018; DIAKOPOULOS, 2019; PARISER, 2011).

Ainda assim, importa sublinhar que os vídeos jornalísticos de curta duração, apesar do seu carácter efémero, funcionam como registos comunicacionais e sociais de práticas profissionais emergentes e de acontecimentos contemporâneos, contribuindo – ainda que de forma fragmentada e contingente – para a construção de uma memória informacional coletiva.

Referências bibliográficas

AIRES, T.

2024 Tik Tok: Escolhemos o que vemos ou o algoritmo escolhe por nós? *Revista Académica de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*. 4 (2014).

BARBOSA, M. J.

2011 Do Corpo ausente à imagem de si: A reconfiguração da experiência no espaço cibernético. In CONGRESSO SOPCOM, 7º, Porto, 2011 – Atas. Porto: SOPCOM 2011.

BARDOEL, J.; DEUZE, M.

2001 Network journalism: Converging competences of media professionals and professionalism. *Australian Journalism Review*. 23:2 (2001) 91-103.

BAUMAN, Z.

2007 *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BHANDARI, A.; BIMO, S.

2022 Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society*. 8:1 (2022).

BUCHER, T.

2018 *If... then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2018.

CANAVILHAS, J.

2025 *E tudo a Internet levou: Memórias póstumas do jornalismo tal como o conhecemos*. 2025.

Comunicação apresentada no Seminário GJOL – 30 anos de Jornalismo Digital, Salvador, Universidade Federal da Bahia, maio 2025.

CANAVILHAS, J.

2010 Do Gatekeeping ao gatewatcher: O papel das redes sociais no ecossistema mediático. In CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN 3.0, 2º, Salamanca, 2010 - *Nuevos medios, nueva comunicación*. [Em linha]. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010. Disponível em:

<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>.

CANAVILHAS, J.

2007 *Webnoticia: Propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Covilhã: Livros LabCom, 2007.

CANAVILHAS, J., org.

2014 *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

CHUA, S.

2023 Platform Configuration and Digital Materiality: How News Publishers Innovate their Practices Amid Entanglements with the Evolving Technological Infrastructure of Platforms. *Journalism Studies*. [Em linha]. 24:15 (2023) 1.857-1.876. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2247494>.

CREDI-DIO, N. B.; HENRIQUES, R. da S. P.

2025 Entre likes e lapsos: Reflexões sobre a fragilidade da memória na era dos algoritmos. In ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 34º, Curitiba, 2025 - *Anais*. [Em linha]. Curitiba: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2025, vol. 34. Disponível em:

<https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2025/article/view/11284>.

DEGEN, M.; OLGEMÖLLER, M.; ZABEL, C.

2024 Quality Journalism in Social Media: What we know and where we need to dig deeper. *Journalism Studies*. [Em linha]. 25:4 (2024) 399-420. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2314204>.

DIAKOPOULOS, N.

2019 *Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media*. Cambridge: Harvard University Press, 2019.

DOYLE, O. A.

2024 Algorithms and the “anti-preference”: A quantitative investigation of “reaching the wrong audience” on TikTok. *Berkeley Undergraduate Journal*. [Em linha]. 38:1 (2024). Disponível em: <https://doi.org/10.5070/B3.39970>.

FALCÃO, L. F. N.

2025 O Vídeo, o algoritmo e o engajamento: A mobilização social na nova ecologia do telejornalismo sob a perspectiva da Análise da Materialidade Audiovisual. In *Formatos e inovação em jornalismo audiovisual*. Org. E. Mello... [et al.]. Florianópolis: Editora Insular, 2025, p. 265-279.

FALTESEK, D. [et al.]

2023 TikTok as Television. *Social Media + Society*, [Em linha]. 9:3 (2023). Disponível em: <https://doi.org/10.1177/20563051231194576>.

FERNANDES, V. S.

2022 *Os Algoritmos e as transformações no ecossistema mediático: Implicações no jornalismo*. 2022.
Dissertação de mestrado - Universidade Europeia, IADE, Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação.

GONÇALVES, A.; DIAS, R.

2025 Jornalismo e TikTok: Estratégias de linguagem e as práticas jornalísticas adotadas por Metrôpoles, G1 e CNN Brasil ao divulgarem notícias na plataforma. *Revista de Comunicação Científica*. [Em linha]. 7:20 (2025) 70-80. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/RCC/index>.

GONÇALVES, A.; MELO, P. V.

2022 Artificial Intelligence and Journalism: an Approach to the Portuguese Context. Fonseca, *Journal of Communication*. [Em linha]. 25 (2022) 23-34. Disponível em: <https://doi.org/10.14201/jc.29682>.

HOSKINS, A.

2018 *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition*. London: Routledge, 2018.

HUMAYUN, M. F.; FERRUCCI, P.

2022 Understanding Social Media in Journalism Practice: A Typology. *Digital Journalism*. [Em linha]. 10 (2022) 1.502-1.525. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2086594>.

KALSING, J.

2021 *Jornalistas Metrifcados e a Plataformização do Jornalismo*. [Em linha]. Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/232189>.
Tese de Doutorado - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

KAUN, A.; STIERNSTEDT, F.

2020 *Media Temporalities: Time and the Media of Communication*. Cambridge: Polity, 2020.

LANDOW, G. P.

1992 *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1992.

LIMA, D. A. de

2025 Gestos videográficos, gestos performáticos: Pistas para compreender as negociações com a cultura de plataformas nas encenações audiovisuais de si. *Revista FAMECOS*. [Em linha]. 32:1 (2025) e46714. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2025.1.46714>.

LORENZ, M.

2014 Personalização: Análise aos 6 graus. In *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Org. João Canavilhas. [Em linha]. Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 137-156. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4336/1/LIVRO_Webjornalismo_7.pdf.

MAARES, P.; HANUSCH, F.

2020 Exploring the boundaries of journalism: Instagram micro-bloggers in the twilight zone of lifestyle journalism. *Journalism*. [Em linha]. 21:2 (2020) 262-278. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884918801400>.

MACHADO, E.; PALÁCIOS, M., ed.

2003 *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

MANOVICH, L.

2013 *Software takes command*. New York: Bloomsbury Academic, 2013.

MIELNICZUK, L.

2003 *Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Salvador da Bahia, 2003.
Tese de Doutorado - Universidade Federal da Bahia.

PALACIOS, M.

2003 Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In *Modelos do jornalismo digital*. Org. E. Machado, M. Palacios. [Em linha]. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PALACIOS, M.

2014 Memória: jornalismo, memória e história na era digital. In *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Org. João Canavilhas. [Em linha]. Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 185-196).

PARISER, E.

2011 *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.

PAVLIK, J. V.

2014 Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. In *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Org. João Canavilhas. [Em linha]. Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 159-184.

PAVLIK, John V.

2001 *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

PEREIRA, P. C.

2025 Ambiente digital de alta frequência: Uma análise do regime de temporalidade do TikTok. In ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 34º, Curitiba, 2025 - *Anais*. [Em linha]. Curitiba: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2025, vol. 34. Disponível em:
<https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2025/article/view/11392>.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM

2023 *Digital news report 2023: University of Oxford*. [Em linha]. 2023. Disponível em:
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023>.

SALAVERRÍA, R.

2014 Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Org. João Canavilhas. [Em linha]. Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 25-52).

SALAVERRÍA, R.

2005 *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D.

2021 *Análise de conteúdo categorial: Manual de aplicação*. [Em linha]. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública, 2021. Disponível em:
<https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/6542>.

VAN DIJCK, J.

2013 *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M.

2018 *The Platform Society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VÁZQUEZ-HERRERO, J.; NEGREIRA-REY, M.-C.; LÓPEZ-GARCÍA, X.

2022 Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*. [Em linha]. 23 :8 (2022) 1.717-1.735. Disponível em:
<https://doi.org/10.1177/1464884920969092>.

YANG, S.; ZHAO, Y.; MA, Y.

2019 Analysis of the reasons and development of short video application: Taking Tik Tok as an example. In *ICISS 2019 - 9th International Conference on Information and Social Science*. [Em linha]. 2019. Disponível em:
https://webofproceedings.org/proceedings_series/article/artId/10287.htm.

ZAMITH, F.

2008 *Ciberjornalismo: as potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto: Edições Afrontamento, 2008.

ZHU, S. [et al.]

2025 TTGL: Large-scale multi-scenario universal graph learning at TikTok. In KDD'25 - ACM SIGKDD CONFERENCE ON KNOWLEDGE DISCOVERY AND DATA MINING, 31st, Toronto, 2025 - *Proceedings*. [Em linha]. Toronto: Association for Computing Machinery, 2025, p. 5.249-5.259. Disponível em:
<https://doi.org/10.1145/3711896.3737269>.

ZÚÑIGA VAZQUEZ, A.

2023 *"I asked AI to show me God, This AI filter is amazing": Discourse, myths, and normalization of AI on TikTok*. [Em linha]. Utrecht, 2023. Disponível em: <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/44106>.

Dissertação de mestrado - Utrecht University.

Caroline Silva Falcão Guedes | carolinefalcao@gmail.com

Universidade Federal da Bahia, Brasil (em mobilidade académica na Universidade do Porto, Portugal)