

Secção Temática/Thematic Section/Sección Temática. Artigos/Articles/Artículos

Jornalismo de Proximidade no TikTok: Uma Análise de Perfis no Brasil e em Portugal**Proximity Journalism on TikTok: An Analysis of Profiles in Brazil and Portugal****Periodismo de Proximidad en TikTok: Un Análisis de Perfiles en Brazil y Portugal**Caroline Silva Falcão Guedes • Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil • carolinefalcao@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-2596-176X>

Resumo Este estudo investiga como o jornalismo de proximidade é praticado a partir de três perfis jornalísticos no TikTok: *Jornal Porto Mídia* (Porto Nacional, Tocantins, Brasil), *Jornal Plural* (Curitiba, Paraná, Brasil) e *Jornal de Notícias* (Porto, Portugal). A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, analisando 204 vídeos publicados entre janeiro e março de 2025. Foram categorizados tipos de narrativas, técnicas audiovisuais e elementos de proximidade, além do levantamento de métricas de engajamento (visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos). Os resultados indicam que, embora o TikTok ofereça oportunidades para narrativas curtas e contextualizadas, seu potencial permanece subutilizado devido à baixa adaptação dos veículos ao formato nativo da plataforma e à baixa interatividade com o público.

Palavras-chave: Jornalismo de Proximidade, TikTok, Engajamento, Mídia Local.

Abstract This study investigates how proximity journalism is practiced based on three journalistic TikTok profiles: *Jornal Porto Mídia* (Porto Nacional, Tocantins, Brazil), *Jornal Plural* (Curitiba, Paraná, Brazil), and *Jornal de Notícias* (Porto, Portugal). The research adopted a quantitative approach, analyzing 204 videos published between January and March 2025. Narrative types, audiovisual techniques, and elements of proximity were categorized, and engagement metrics (views, likes, comments, and shares) were collected. The findings indicate that although TikTok offers opportunities for short and contextualized narratives, its potential remains underused due to limited adaptation of news outlets to the platform's native format and the reduced interaction with audiences.

Keywords: Proximity Journalism, Tiktok, Engagement, Local Media.

Resumen Este estudio investiga cómo se practica el periodismo de proximidad a partir de tres perfiles periodísticos en TikTok: *Jornal Porto Mídia* (Porto Nacional, Tocantins, Brasil), *Jornal Plural* (Curitiba, Paraná, Brasil) y *Jornal de Notícias* (Porto, Portugal). La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, analizando 204 vídeos publicados entre enero y marzo de 2025. Se categorizaron los tipos de narrativas, técnicas audiovisuales y elementos de proximidad, además del levantamiento de métricas de interacción (visualizaciones, "me gusta", comentarios y compartidos). Los resultados muestran que, aunque TikTok ofrece oportunidades para narrativas breves y contextualizadas, su potencial sigue infrautilizado debido a la escasa adaptación de los medios al formato nativo de la plataforma y a la reducida interacción con el público.

Palabras clave: Periodismo de Proximidad, TikTok, Compromiso, Medios Locales.

Caroline Silva Falcão Guedes é jornalista e doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), com estágio doutoral na Universidade do Porto (Portugal). Desenvolve pesquisa sobre jornalismo digital e plataformas, com ênfase na tiktokização do jornalismo e nas reconfigura-

ções das propriedades do jornalismo na era algorítmica. Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL/UFBA), tendo experiência em jornalismo digital, redes sociais e análise de práticas jornalísticas em ambientes platformizados.

SOPCOM
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

**Rev
Com**

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 2, e025017, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da
Comunicação,
Portugal**ISSN-E:** 2182-4037**ISSN-L:** 2182-4037diretorcomunicando@sopcom.pt**Recepción:** 22 Abril 2025**Aprobación:** 09 Julio 2025**Publicación:** 22 Diciembre 2025

1. Introdução

Quando assistimos às notícias, costumamos saber tudo sobre eventos distantes, mas ignoramos completamente o que ocorre em nossa própria rua (Camponez, 2002). O jornalismo de proximidade revela-se fundamental. Ele focaliza realidades sociais, políticas e econômicas do entorno imediato, promovendo cidadania ativa e fortalecendo a coesão social (Mídões et al., 2025).

O conceito de jornalismo de proximidade, sistematizado por Camponez (2002), continua sendo referência para compreender os vínculos territoriais, afetivos e culturais que sustentam os meios locais, tornando-se a “voz dos leitores” em sua escala. Pesquisas mais recentes ampliaram essa discussão: Hess e Waller (2017) e Jerónimo (2015) destacam que a proximidade também se baseia nas dimensões geográfica, emocional e cultural, dando voz às comunidades locais e contribuindo para a democracia; Monteiro (2024) mostra como a imprensa regional portuguesa reformula rotinas editoriais diante das plataformas; e Mídões et al. (2025) analisam a resiliência do jornalismo de proximidade em contextos de crise.

De forma semelhante, a observação clássica de Lage (2001), de que as pessoas tendem a se interessar mais pelo que lhes é próximo, mantém relevância. Jornalistas locais servem como mediadores confiáveis, empregando práticas como verificação de fatos e serviço público (Jenkins & Nielsen, 2018). Essa vinculação estreita com o público reforça sua legitimidade como formador de opinião nas localidades onde atua, viabilizando um jornalismo de proximidade verdadeiramente participativo e sintonizado com as necessidades do leitor.

De acordo com Texier (2024), os meios locais devem se adaptar rapidamente para permanecerem competitivos na era digital. Contudo, o jornalismo local enfrenta grave crise nessa era de transformações, marcada por desafios estruturais, queda nas vendas de jornais impressos, redução da publicidade local, migração das audiências para o digital e a concorrência com gigantes tecnológicos. Além disso, esses gigantes oferecem serviços digitais que, anteriormente, eram exclusivos dos meios locais, intensificando a pressão sobre sua sustentabilidade. Como resume Mota (2023), a imprensa local tem sido o elo mais fraco na crise global das mídias, sendo a mais afetada pela falência do negócio tradicional e pela concorrência das plataformas.

Esse cenário tem levado ao fechamento de redações e à formação de verdadeiros “desertos de notícias” em áreas menores (Abernathy, 2018; Nielsen, 2015), o que torna ainda mais urgente a reinvenção de modelos de negócio e de engajamento comunitário para sustentar o jornalismo local. Em Portugal, mais da metade dos municípios carece de jornalismo local, o que evidencia a urgência de novas estratégias (Jerónimo et al., 2022). Conforme mapeamen-

to de Jerónimo et al. (2022), mais da metade dos 308 concelhos (53,9%) ou se encontram em deserto de notícias, semideserto ou estão ameaçados. Dos 308 concelhos, 78 (25,3%) são desertos de notícias ou semidesertos, sendo 54 em deserto total (sem nenhum meio noticioso local), e 88 concelhos (28,6%) estão sob ameaça de se tornarem desertos. As regiões Norte, Centro e Alentejo concentram mais de 80% dos concelhos nessa situação, com os distritos de Bragança e Portalegre particularmente afetados (Jerónimo et al., 2022).

No Brasil, a mais recente edição do *Atlas da Notícia* revela que cerca de 10% da população brasileira, ou mais de 20 milhões de pessoas, vivem em municípios sem jornalismo local ativo; foram identificados 2.504 municípios desertos de notícias (Atlas da Notícia, 2025a). Há variações regionais marcantes: no Nordeste, quase metade dos municípios (49,61%) ainda são desertos, com estados como Piauí (72,77%) e Rio Grande do Norte (65,87%) como destaque negativo (Atlas da Notícia, 2025b). No Rio Grande do Sul, por exemplo, 180 municípios são desertos, afetando cerca de 680 mil residentes, enquanto outros 160 municípios estão quase-desertos (apenas um veículo jornalístico), somando mais de 1,2 milhão de pessoas nesse segundo grupo (Universidade Federal de Santa Maria, 2025).

Pesquisa recente do Laboratório de Práticas para o Jornalismo Local (2024) da Universidade Federal de Santa Catarina mostra um quadro semelhante em capitais brasileiras: em Florianópolis, a cobertura jornalística sofreu forte redução nas últimas décadas, levando a um distanciamento entre público e imprensa. Embora 79,5% da população ainda considere jornalistas e jornais as fontes mais confiáveis de informação, as redes sociais já são o principal canal de acesso às notícias locais (55,3%), enquanto apenas 0,2% recorrem ao jornal impresso. Além disso, há um descompasso entre os temas priorizados pelas redações e os de maior interesse social, como educação, saúde, meio ambiente e cultura (Laboratório de Práticas para o Jornalismo Local, 2024). Esses números reforçam que a crise do jornalismo local não é apenas uma realidade portuguesa, mas também um fenômeno brasileiro de grande amplitude, exigindo soluções contextualizadas para garantir sustentabilidade e relevância.

Nesse cenário, o TikTok emerge como espaço de disputa para o jornalismo local. Novas plataformas digitais têm ganhado protagonismo junto ao público. O *Digital News Report* mostra que o TikTok é a plataforma social de crescimento mais rápido entre 18 e 24 anos — cerca de 20% dessa faixa etária afirma usá-lo para consumir notícias (Newman et al., 2024). Dados jornalísticos também reforçam essa tendência: reportagem da Reuters destaca que cada vez mais jovens recorrem ao TikTok em detrimento da mídia tradicional (Coster, 2023). Seu formato nativo (vídeos breves e lingua-

gem audiovisual atraente) exige que os veículos se adaptem a uma lógica de consumo incidental e híbrido entre informação e entretenimento (Estrada-García & Gamir-Ríos, 2023; Vázquez-Herrero et al., 2022). Esta plataforma pode ser uma oportunidade para os veículos locais reengajarem suas audiências por meio de formatos curtos, interativos e visualmente dinâmicos. Além disso, os meios locais conhecem seu público de forma mais profunda do que os jornais nacionais ou internacionais, permitindo personalizar conteúdos com maior precisão para atender às necessidades da audiência. A personalização algorítmica da plataforma, quando utilizada estrategicamente, pode fortalecer laços regionais e culturais (Bucher, 2016; Napoli, 2011).

Porém, a forte personalização algorítmica do feed do TikTok traz desafios críticos: os algoritmos de recomendação podem reforçar bolhas de filtro e facilitar a propagação de desinformação (Zeng & Schäfer, 2021). Estudos sobre redes sociais destacam que *as fakes news* proliferam em ambientes regidos por algoritmos de inteligência artificial (Kaufman & Santaella, 2020), agravando os riscos para a qualidade jornalística. Kemp (2025) observa que o usuário típico do TikTok gasta dezenas de horas mensais na plataforma, o que indica potencial significativo para o engajamento, mas também expõe o consumidor a conteúdo filtrado segundo interesses prévios.

Apesar dessas transformações, ainda há lacunas no conhecimento sobre a integração do TikTok nas rotinas dos veículos regionais. Embora Jerónimo (2015) tenha observado que pouco se sabia, desde então vários estudos têm registrado mudanças no uso de tecnologias digitais pela imprensa de proximidade. Em Portugal, Monteiro (2024) aponta que novas rotinas editoriais, formatos adaptados para redes sociais e maior presença online já fazem parte da prática de jornais regionais. Silva et al. (2025) identificam inovação tanto nos modelos de financiamento quanto no conteúdo editorial para múltiplas plataformas. Ainda assim, desafios como interatividade com o público e adaptação ao consumo híbrido persistem (Correia et al., 2021).

Em vista disso, este artigo investiga como veículos locais brasileiros e portugueses utilizam o TikTok para desenvolver práticas de jornalismo de proximidade. A pesquisa analisa 204 vídeos publicados por três meios — *Jornal Porto Mídia* (Brasil), *Jornal Plural* (Brasil) e *Jornal de Notícias* (Portugal) — entre janeiro e março de 2025, a partir da categorização de narrativas, técnicas audiovisuais, elementos de proximidade e métricas de engajamento.

No contexto atual, estudar o jornalismo de proximidade revela novas dimensões dessa adaptação digital. Plataformas como o TikTok permitem que meios locais publiquem narrativas curtas, altamente visuais e interativas, capazes de reforçar laços de pertencimento e engajamento comunitário de maneira inovadora.

Essas práticas exigem do jornalista não apenas competência geográfica (“onde?”), mas também compreensão das lógicas algorítmicas e narrativas visuais e interativas (“como?”), que potencializam o alcance e a interação em tempo real. Assim, o TikTok não apenas amplia o escopo do jornalismo de proximidade definido por Camponez (2002), mas também demanda uma reconfiguração metodológica e ética das redações regionais na era digital.

2. Jornalismo de Proximidade e o TikTok

Camponez (2002) cunhou o termo jornalismo de proximidade para definir a prática voltada à cobertura do cotidiano e das especificidades das comunidades locais. No campo teórico, a proximidade jornalística é entendida de forma dual. De um lado, configura-se como critério instrumental de noticiabilidade: jornais privilegiam pautas que sejam próximas ao público — seja de um ponto de vista geográfico, cultural ou emocional (Hess & Waller, 2017). Clássicos da área (Galtung & Ruge, 1965) já inseriam a proximidade entre os fatores de notícia, o que foi confirmado empiricamente por Harcup e O’Neill (2001) ao encontrarem esse atributo entre os mais frequentes nas manchetes. De outro, em uma abordagem mais ampla, a proximidade refere-se a vínculos sociais e simbólicos entre veículo e comunidade.

Autores como Hess e Waller (2017) e Jerónimo (2015) ressaltam que o jornalismo de proximidade se fundamenta em laços territoriais, culturais e afetivos com grupos específicos. Camponez (2002) observa, por exemplo, que o “próximo” no jornalismo é definido pelo próprio território mediado pelo meio local e por seus destinatários, enfatizando que a imprensa regional desenvolve uma “vocação e intencionalidade” de transformar particularismos locais em cultura comunicativa.

Observando-se a prática editorial, esses dois sentidos de proximidade podem coexistir ou predominar em diferentes editorias. Em seções locais, as notícias costumam explorar de forma explícita a proximidade territorial, destacando eventos de bairro, vozes de moradores ou causas comunitárias, o que se encaixa no entendimento da proximidade como valor-notícia. Em contrapartida, em editorias de alcance mais amplo, a proximidade pode assumir matizes culturais ou ideológicas: matérias nacionais ou internacionais são filtradas para dialogar com a identidade do leitor local, ou análises aprofundam temas de relevância coletiva ligados à região.

O jornalismo local tem sido apontado como elemento fundamental para a vitalidade democrática e para a coesão comunitária. Texier (2024) afirma que os meios locais são essenciais para a democracia e a vida social das comunidades, fornecendo informações cruciais, amplificando vozes locais e promovendo o deba-

te público. Contudo, esses meios enfrentam desafios significativos, incluindo instabilidade financeira e escassez de recursos, agravados pela transição digital e pela concorrência com plataformas globais (Abernathy, 2018; Nielsen, 2015). Apesar disso, o jornalismo local mantém uma flexibilidade única para se adaptar por meio de soluções jornalísticas ou colaborações comunitárias (Jenkins & Nielsen, 2018).

Desde o início do ciberjornalismo, Jerónimo (2013) já havia alertado para o subaproveitamento das potencialidades da internet e para a necessidade de capacitação e inovação no setor. Parte desse diagnóstico se mantém: em Portugal, embora haja maior integração da internet, redes sociais e dispositivos móveis nas rotinas jornalísticas locais, a interatividade comunitária continua limitada (Centre for Media Pluralism and Media Freedom, 2023; OberCom, 2025). No Brasil, levantamentos recentes apontam avanços no uso de sites jornalísticos e das redes sociais, mas ainda revelam lacunas especialmente em cidades menores e regiões interiores (Reis, 2022).

Texier (2024) ainda sugere a integração com conglomerados de mídia consolidados, que podem ajudar os meios locais a manter sua competitividade, pois esses grupos dispõem de recursos e uma visão estratégica mais ampla. Além disso, os veículos devem buscar meios alternativos de reconectar-se com a audiência, reinventando formatos e conteúdos para atrair novas gerações, priorizando jornalismo de qualidade e fortalecendo laços com o público local. Como observa Midões (2020), “a proximidade deixa de ser apenas física e se estabelece também em termos de afinidades e de interesses” (p. 35), o que permite considerar o TikTok como um novo território de jornalismo local. A crescente desconfiança nas mídias tradicionais e a rejeição dos telejornais pelos jovens reforçam o reposicionamento da rede social como fonte informacional relevante.

A interatividade nativa do TikTok, como duetos, comentários e hashtags, alinha-se ao *ethos* participativo do jornalismo de proximidade (Hermida, 2015). Maseko (2023) demonstra que o uso de hashtags temáticas, como *#nomedacidade*, amplia a visibilidade de conteúdos hiperlocais. Até mesmo grandes veículos, como a Euronews (Euronews em espanhol, s.d.), exploram essas ferramentas para valorizar temas regionais e promover envolvimento comunitário. O formato audiovisual e criativo do TikTok permite às redações usarem linguagens que reforcem identidades comunitárias e o senso de pertencimento (Estrada-García & Gamir-Ríos, 2023). Porém, essa transformação ocorre em um ecossistema midiático fragmentado, no qual mídias tradicionais, plataformas digitais, influenciadores e criadores independentes competem pela atenção do público (Newman et al., 2024).

Apesar dessas oportunidades, o TikTok apresenta riscos. A dependência algorítmica pode priorizar conteúdos sensacionalistas, reduzindo a visibilidade de jornalismo sério e amplificando desinformação (Zeng & Schäfer, 2021). O trabalho de Jerónimo e Esparza (2022) aponta para uma postura proativa — combinar inovação, rigor ético e verificação de fatos é fundamental para mitigar esses riscos. A interseção entre jornalismo de proximidade e plataformas digitais, especialmente o TikTok, abre caminho para práticas informativas renovadas, com alto potencial de engajamento e alcance comunitário.

3. Metodologia

Antes de detalhar os procedimentos, importa recordar os objetivos que orientam este estudo: compreender de que modo veículos jornalísticos locais brasileiros e portugueses utilizam o TikTok para desenvolver práticas de jornalismo de proximidade e avaliar se o potencial da plataforma é explorado em termos de narrativa, recursos audiovisuais, engajamento e relação com o público.

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, combinando análise de categorias narrativas com levantamento de métricas de engajamento (médias de curtidas, comentários, compartilhamentos e alcance por vídeo), de modo a mensurar a interação do público com os conteúdos publicados.

A análise quantitativa baseou-se em métricas específicas de engajamento, alinhadas às orientações de Handcock e Gile (2010), para avaliar o alcance e as interações geradas pelos perfis analisados.

3.1. Seleção dos Perfis e Período de Coleta

Foram selecionados intencionalmente três perfis jornalísticos ativos no TikTok (dois brasileiros e um português), segundo o critério de amostragem por propósito descrito em Kim et al. (2018). A escolha buscou contemplar a diversidade editorial dos veículos e a representatividade de suas audiências:

- Uma configuração amostral (dois veículos brasileiros e um português) foi pensada para capturar tanto disparidades regionais quanto estilos distintos de jornalismo local, de modo a permitir uma comparação proporcional entre contextos culturais diversos. Os critérios de seleção levaram em conta o porte do veículo, o volume de seguidores e o histórico de engajamento, mas não no sentido de homogeneizar os casos, e sim de assegurar que cada perfil tivesse relevância significativa no seu próprio contexto. Assim, a amostra reflete a diversidade de situações em que o jornalismo de proximidade se manifesta: *Jornal Porto Mídia @jornalportomidia* (Porto Nacional, Tocantins, Brasil): veículo digital hiperlocal fundado em 2025 com mais de 10.000 seguidores;

- *Jornal Plural @plural.jor* (Curitiba, Paraná, Brasil): jornal digital independente criado em 2020, com mais de 6.000 seguidores, especializado em jornalismo investigativo e temas sociais locais;
- *Jornal de Notícias @jornaldenoticias* (Porto, Portugal): fundado em 1888, é um dos principais jornais portugueses de caráter nacional. No TikTok, possui mais de 100.000 seguidores e, em sua biografia oficial, se apresenta como “um jornal de Portugal, de proximidade e de confiança”. Essa autodefinição não altera sua abrangência nacional, mas indica uma estratégia discursiva que busca enfatizar a proximidade como valor no ambiente da plataforma.

Essa heterogeneidade é, portanto, um recurso metodológico, pois permite analisar como o jornalismo de proximidade se expressa em contextos distintos: no nível hiperlocal, em iniciativas digitais independentes e em grandes veículos de referência. A seleção dos veículos foi intencional, priorizando meios autocaracterizados como praticantes do jornalismo de proximidade e com presença ativa no TikTok.

No Brasil, a busca foi realizada diretamente no TikTok, utilizando os termos “jornalismo de proximidade” e “jornalismo local”, com a seleção de perfis que apresentavam postagens regulares (mínimo de uma publicação por semana), engajamento significativo (mais ou pelo menos 100 curtidas por vídeo) e vinculação territorial clara.

Em Portugal, a pesquisa utilizou como base o site *Prensa Escrita*, que reúne mais de 80 links para sites de notícias organizados por região. No levantamento realizado, identificou-se que apenas 18 veículos possuíam perfil no TikTok. Destes, foram excluídos os perfis televisivos, os excessivamente segmentados (como os voltados exclusivamente para desporto, turismo ou negócios) e aqueles que se auto apresentavam explicitamente como de caráter nacional, como SIC Notícias, CNN Portugal, *Correio da Manhã*, *Público* e *Expresso*, entre outros. Após essa filtragem, restaram nove veículos com perfil ativo, mas foram eliminados aqueles sem publicações ou com conteúdos desatualizados (sem postagens em 2025). Nesse contexto, apenas o *Jornal de Notícias* foi considerado elegível. Embora seja reconhecido como jornal de grande porte e caráter nacional, o *Jornal de Notícias* se diferencia no TikTok por se apresentar como “um jornal de Portugal, de proximidade e de confiança”, adotando uma estratégia discursiva que enfatiza a proximidade como valor editorial.

Essa combinação metodológica — presença ativa, não segmentação temática restrita e uso do termo proximidade na autoapresentação — justificou sua inclusão no corpus. O caso ilustra a heterogeneidade na aplicação do conceito de proximidade (Jerónimo, 2015) e reforça a necessidade de padronizar métricas frente a escalas distintas de operação (Handcock & Gile, 2010). Essa tensão enriquece a análise ao mostrar como, sobretudo no TikTok, dife-

rentes escalas editoriais reconfiguram o sentido de proximidade no ambiente digital.

O recorte temporal abrangeu o período de janeiro a março de 2025, uma janela de três meses que captura sazonalidades e fornece volume amostral apropriado para análises de redes sociais segundo práticas consolidadas (Handcock & Gile, 2010; Newman, 2010).

A pesquisa analisa um total de 204 vídeos publicados entre janeiro e março de 2025, sendo 72 do *Jornal Porto Mídia* (Brasil), 58 do *Jornal Plural* (Brasil) e 74 do *Jornal de Notícias* (Portugal).

3.2. Análise Quantitativa das Categorias Narrativas

A análise das categorias narrativas foi conduzida de forma quantitativa, por meio da classificação sistemática de cada vídeo em categorias previamente definidas com base na literatura sobre jornalismo de proximidade e práticas em plataformas digitais (Hess & Waller, 2017; Newman et al., 2024; Vázquez-Herrero et al., 2022). Cada vídeo foi codificado em apenas uma categoria por dimensão analítica, e os resultados foram expressos em frequências absolutas e percentuais.

As categorias utilizadas foram:

- formatos narrativos e técnicas audiovisuais: informativo, entrevista, humor, explicativo, legendas, edição, narração (Vázquez-Herrero et al., 2022);
- elementos de proximidade: referências geográficas, expressões regionais, histórias de moradores (Hess & Waller, 2017);
- tipos de conteúdo: política, cultura, cotidiano, meio ambiente, economia local, internacional (Newman et al., 2024);
- interação com o público: chamadas para ação e respostas a comentários.

Para a análise das técnicas audiovisuais, partiu-se das categorias propostas por Vázquez-Herrero et al. (2022), que incluem legendas, edição e narração, utilizadas em pesquisas anteriores sobre narrativas jornalísticas em plataformas digitais. Entretanto, durante a aplicação ao corpus, observou-se a necessidade de ampliar esse conjunto, de modo a contemplar recursos característicos do TikTok. Assim, foram incorporadas as categorias música, som ambiente e texto na tela, que se mostraram recorrentes nos vídeos analisados e refletem práticas audiovisuais próprias da plataforma. Dessa forma, as técnicas consideradas neste estudo foram: música, som ambiente, edição, legendas, narração e texto na tela. Cada vídeo foi codificado de acordo com a presença ou ausência desses elementos, e os resultados foram sistematizados em frequências e percentuais.

Para a análise dos elementos de proximidade, foram consideradas dimensões culturais e afetivas, conforme a proposta de

Hess e Waller (2017), adaptadas ao contexto da produção em vídeo no TikTok. Assim, cada vídeo foi codificado de acordo com a presença dos seguintes recursos: expressões regionais, imagens locais, referências culturais e histórias/depoimentos. Essas categorias permitem captar manifestações de proximidade simbólica e identitária, além da proximidade territorial, observando de que forma os veículos estabelecem vínculos com suas comunidades.

É importante destacar também que a análise de interação com o público refere-se apenas à presença narrativa desses elementos nos vídeos — isto é, se há chamadas explícitas à ação ou respostas a comentários como recurso editorial. Já no subcapítulo seguinte, a atenção se volta para a mensuração quantitativa do engajamento efetivo do público (curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações), permitindo avaliar o desempenho comparativo dos perfis.

O processo de classificação foi realizado por uma única pesquisadora, o que impede o cálculo formal da confiabilidade intercodificador (como *Kappa de Cohen*). Para reduzir possíveis vieses, adotou-se revisão iterativa do processo de categorização, com registros detalhados das decisões tomadas e conferência dos agrupamentos a cada rodada de análise.

3.3. Métricas de Engajamento

Na vertente quantitativa, foram analisados os indicadores de engajamento e alcance dos perfis selecionados. As métricas foram coletadas diretamente da plataforma TikTok e organizadas em planilhas eletrônicas, possibilitando cálculos de médias e desvios-padrão para cada perfil. O objetivo foi comparar proporcionalmente o desempenho entre veículos de diferentes escalas.

O alcance relativo do conteúdo — que reflete a proporção de usuários alcançados em relação ao total de seguidores — também foi estimado, seguindo orientações de Gile (2011). Esses cálculos permitiram quantificar o desempenho dos perfis de forma padronizada e comparável.

Foram considerados os seguintes indicadores:

- frequência de publicação: ritmo médio de postagens (semanal e mensal), permitindo verificar consistência de produção;
- taxa de engajamento por seguidor: número de curtidas, comentários e compartilhamentos por 1.000 seguidores, ajustando diferenças de audiência;
- taxa de engajamento por visualização: número de comentários e compartilhamentos por 1.000 visualizações, refletindo a intensidade da interação sobre quem de fato assistiu ao conteúdo;
- alcance médio proporcional: total de visualizações dividido pelo número de vídeos analisados, mensurando o potencial de difusão.

Esses cálculos permitem quantificar o desempenho dos perfis de forma padronizada, assegurando comparabilidade entre realidades editoriais distintas.

3.4. Limitações e Considerações Éticas

Este estudo apresenta algumas limitações metodológicas. A codificação qualitativa foi realizada por um único pesquisador, o que pode introduzir vieses interpretativos; entretanto, as etapas de revisão e validação interna buscaram minimizar esse risco. Ademais, a heterogeneidade dos perfis analisados (veículos de países e contextos editoriais distintos) restringe a generalização ampla dos resultados, que devem ser interpretados no escopo dos casos estudados.

Em termos éticos, optou-se por utilizar apenas dados públicos disponibilizados nos perfis do TikTok, sem coleta de informações pessoais, em conformidade com as orientações de pesquisa em *big data* e mídias sociais (Boyd & Crawford, 2012). Os procedimentos respeitaram as políticas de uso de dados da plataforma, não sendo necessário obter consentimento explícito para análise, dado o caráter público dos conteúdos.

Em conjunto, essas estratégias metodológicas garantem um procedimento transparente, replicável e alinhado aos objetivos de compreender práticas de jornalismo de proximidade em diferentes realidades editoriais no ambiente digital do TikTok.

4. Resultados

A análise quantitativa dos 204 vídeos publicados pelos três perfis jornalísticos revelou padrões distintos em termos de conteúdo, formatos narrativos, elementos de proximidade, estratégias de interação e métricas de engajamento. Para facilitar a compreensão, os resultados estão organizados em cinco dimensões principais: (i) distribuição temática dos conteúdos publicados; (ii) formatos narrativos e técnicas audiovisuais; (iii) elementos de proximidade; (iv) estratégias narrativas de interação com o público; e (v) métricas de engajamento.

De modo geral, observou-se que, embora os perfis publiquem vídeos em formatos semelhantes, o alcance e o engajamento variaram significativamente entre os veículos. Essas diferenças refletem não apenas a linha editorial e os temas privilegiados, mas também a escala de operação e o tamanho das audiências de cada perfil. Além disso, a frequência de publicação se mostrou um fator relevante: como mostra a Figura 1, os veículos apresentaram ritmos distintos de postagem ao longo do período analisado, o que influencia sua consistência de presença no *feed* dos usuários.

Figura 1 Quantidade e média da frequência de publicações por veículo



Nota. Elaborado na plataforma Canva.

4.1. Temas e Cobertura (Conteúdo Publicado)

A análise quantitativa dos 204 vídeos revelou diferenças significativas na distribuição dos temas abordados. Nos perfis brasileiros (*Jornal Porto Mídia* e *Jornal Plural*), 78% dos conteúdos trataram de pautas locais, enquanto no perfil português (*Jornal de Notícias*) esse percentual foi de apenas 42%, com predominância de temas internacionais.

A Tabela 1 apresenta a distribuição detalhada dos tipos de conteúdo em cada veículo, permitindo observar contrastes entre ênfases editoriais, como a centralidade da cobertura policial no *Jornal Porto Mídia*, a ênfase em política e cultura no *Jornal Plural* e a forte presença de conteúdos internacionais no *Jornal de Notícias*.

Tabela 1 Distribuição dos tipos de conteúdo (%) nos vídeos analisados

Tipo de conteúdo	<i>Jornal Porto Mídia</i>	<i>Jornal Plural</i>	<i>Jornal de Notícias</i>
Política	18%	34%	—
Cultura	22%	29%	—
Cotidiano	17%	21%	26%
Polícia	33%	13%	6%
Meio ambiente	—	—	8%
Internacional	—	—	50%
Outros	10%	3%	7%

Nota. Os valores de "outros" englobam vídeos residuais que não se enquadravam nas categorias principais.

Nos veículos brasileiros, destaca-se o forte peso de temas políticos e culturais no *Jornal Plural* (34% e 29%, respectivamente), enquanto o *Jornal Porto Mídia* concentrou-se sobretudo em vídeos sobre segurança/polícia (33%). Já o *Jornal de Notícias*, apesar de se autodefinir no TikTok como "um jornal de proximidade e de confiança", publicou mais da metade de seus vídeos (52%) sobre temas internacionais, 26% de conteúdos de cotidiano e apenas 6% ligados à esfera policial.

Essa divergência reforça a distinção entre jornalismo hiperlocal e jornalismo regional/nacional (Camponez, 2002) e ilustra a tensão apontada por Willis (2024) entre estratégias de viralização

orientadas ao alcance global e a preservação da identidade local. No caso português, o *Jornal de Notícias* adota uma estratégia híbrida, privilegiando curiosidades e eventos internacionais com potencial viral, mas também recorrendo a acontecimentos locais tratados sob a mesma lógica de alcance ampliado.

Casos emblemáticos ajudam a ilustrar essa dinâmica: um vídeo do *Jornal de Notícias* sobre o chão de um bar na Figueira da Foz que se moveu com o vento ultrapassou 2 milhões de visualizações; já o *Jornal Porto Mídia* alcançou mais de 1 milhão de visualizações com imagens de um furto captado por câmera de segurança. Ambos exemplificam estratégias de viralização baseadas em emoção e ineditismo, independentemente de se tratar de temas locais ou internacionais, e nem sempre ancoradas em narrativas jornalísticas aprofundadas.

A literatura distingue a proximidade como valor-notícia e como vínculo simbólico com as comunidades (Camponez, 2002; Harcup & O'Neill, 2001; Hess & Waller, 2017; Jerónimo, 2015; van Dijk, 1996). Os perfis brasileiros aproximam-se mais da primeira concepção, ao destacar eventos comunitários, histórias pessoais e referências culturais regionais. Já o *Jornal de Notícias* segue estratégia mais orientada à viralização com alcance nacional/internacional, o que reflete a tensão descrita por Willis (2024) entre visibilidade global e identidade local.

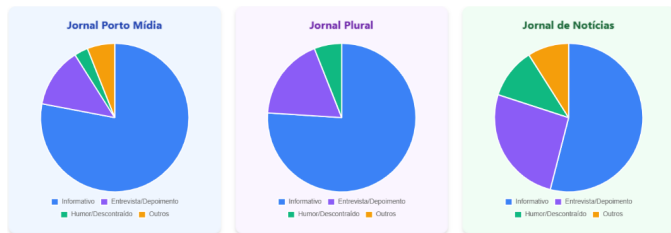
Essa diferença pode ser interpretada pela noção de glocalização (Midões & Martins, 2023). No Brasil, a lógica é "de dentro para fora", levando pautas locais para uma plataforma global. Já em Portugal, o *Jornal de Notícias* pratica um "glocalismo externo", ao utilizar temas internacionais para dialogar com audiências locais e globais simultaneamente.

Esses resultados empíricos confirmam que os diferentes sentidos teóricos de proximidade coexistem na prática jornalística e são estrategicamente aplicados em função do perfil editorial, público-alvo e objetivos comunicacionais das organizações midiáticas.

4.2. Formatos Narrativos e Técnicas Audiovisuais

Os perfis analisados utilizaram majoritariamente formatos informativos convencionais (cerca de 70%), evidenciando adaptação limitada às linguagens nativas do TikTok (Vázquez-Herrero et al., 2022). Como mostra a Figura 2, os demais formatos — como entrevistas, humor ou vídeos explicativos — tiveram participação minoritária. O uso de humor e descontração, por exemplo, correspondeu a apenas 7% do total, o que sugere subexploração de estratégias geralmente eficazes para públicos mais jovens (Estrada-García & Gamir-Ríos, 2023).

Figura 2 Formatos narrativos



Nota. Elaborado na plataforma Canva. A categoria “outros” inclui vídeos institucionais, promocionais ou híbridos que não se encaixavam nas categorias principais.

Tabela 2 Percentagem do uso de técnicas audiovisuais por veículo

Técnica	Jornal Porto Mídia	Jornal Plural	Jornal de Notícias
Narração	96%	76%	19%
Texto na tela	98%	84%	57%
Legendas	8%	84%	16%
Edição	2%	71%	1%
Som ambiente	1%	13%	57%
Música	3%	0%	9%

Para garantir transparência, foi mantida a categoria residual “outros”, que inclui vídeos que não se enquadravam nas tipologias principais, como peças institucionais, anúncios ou conteúdos híbridos de difícil classificação.

A análise das técnicas audiovisuais revelou um conjunto variado de recursos empregados pelos perfis (Tabela 2). Além das categorias clássicas discutidas na literatura — como legendas, edição e narração — observou-se também a presença de elementos recorrentes no TikTok, como uso de música, som ambiente e inserção de texto na tela. O *Jornal Plural* se destacou pelo uso de edições dinâmicas e legendas frequentes, enquanto o *Jornal Porto Mídia* manteve estilo simples. Já o *Jornal de Notícias* apostou em conteúdos espontâneos, com uso intenso de som ambiente (57%) e de material gerado por usuários.

O uso reduzido de música confirma que os veículos ainda não exploram plenamente o potencial multimodal e envolvente da plataforma TikTok. Como destacam Estrada-García e Gamir-Ríos (2023), formatos visuais criativos e narrativas rápidas são mais eficazes na retenção e engajamento do público.

4.3. Elementos de Proximidade

Os elementos de proximidade considerados neste estudo — expressões regionais, imagens locais, referências culturais e históri-

as/depoimentos — correspondem ao que Hess e Waller (2017) classificam como dimensões culturais e afetivas da proximidade (Tabela 3). Entre os veículos, o *Jornal Plural* foi o que mais incorporou esses elementos, com destaque para referências culturais e imagens locais (15% cada).

Considerando o corpus como um todo, esses recursos apareceram em apenas 7,5% dos vídeos analisados, o que evidencia uma exploração limitada do potencial de proximidade cultural e simbólica no TikTok. Esse resultado pode estar relacionado a desafios estruturais apontados pela literatura sobre jornalismo local, como restrições de recursos e dificuldades de planejamento editorial (Abernathy, 2018; Nielsen, 2015), ainda que tais fatores não tenham sido objeto de análise direta neste estudo.

Tabela 3 Percentagem dos elementos de proximidade

Elemento	Jornal Porto Mídia	Jornal Plural	Jornal de Notícias
Expressões regionais	1%	8%	7%
Imagens locais	2%	15%	9%
Referências culturais	2%	15%	3%
Histórias/depoimentos	0%	8%	3%

Nota. Percentuais calculados em relação ao total de vídeos de cada veículo.

Experiências internacionais, como as promovidas pela DW Akademie em países africanos, que capacitam redações a produzir vídeos em línguas locais, ampliando a inclusão de públicos diversos (Maseko, 2023), sugerem caminhos para enfrentar a baixa presença de elementos de proximidade observada no corpus. Embora os veículos analisados já utilizem o português, suas próprias línguas locais, a analogia destaca a importância de adaptar narrativas às especificidades culturais e simbólicas de cada comunidade. Nesse sentido, o uso de formatos nativos do TikTok, como vídeos em POV (*point of view*), pode fortalecer vínculos identitários e aumentar o engajamento sem comprometer a credibilidade jornalística. Midões (2020) acrescenta que a esfera das mídias funciona como um espaço em que cidadãos podem dar voz às suas opiniões e interagir com outras vozes, reforçando o papel comunitário do jornalismo de proximidade.

4.4. Estratégias Narrativas de Interação

A interação com o público foi limitada nos perfis analisados, sobretudo no que diz respeito ao uso de chamadas para ação (CTA, do inglês *call to action*) e à ausência de respostas a comentários. Como mostra a Figura 3, o *Jornal Plural* incorporou CTA em 89% de

seus vídeos — frequentemente nas legendas, com expressões como “comente abaixo” ou “partilhe esta notícia”. Já o *Jornal Porto Mídia* utilizou esse recurso em apenas 4% de seus vídeos, enquanto o *Jornal de Notícias* não apresentou nenhuma ocorrência desse tipo.

No entanto, nenhum dos três perfis respondeu a comentários publicados por usuários. Essa ausência de interação limita o aproveitamento do potencial dialógico da plataforma, reduzindo as oportunidades de construir uma esfera pública digital colaborativa (Hermida, 2015; Jerónimo & Esparza, 2022). Nesse sentido, a ausência de respostas observada nos perfis analisados representa uma oportunidade perdida de construir confiança e fidelizar a audiência.

Essa conclusão encontra respaldo também em Leppert e Matsa (2024), segundo os quais a interação direta nos comentários é essencial para legitimar a confiança e fomentar o debate comunitário. Hess e Waller (2017) reforçam que essa proximidade depende não apenas do conteúdo publicado, mas também da qualidade das interações entre jornalistas e cidadãos.

Experiências internacionais ilustram caminhos possíveis. O perfil canadense *@blogTO*, por exemplo, combina proximidade local com apelo universal, evitando pautas excessivamente específicas que poderiam restringir seu alcance, mas mantendo forte identificação comunitária (Rempel, 2020).

Figura 3 Chamada para ação nos veículos jornalísticos



Nota. Elaborado na plataforma Canva.

5. Discussão

A predominância de formatos informativos convencionais — que representaram cerca de 70% dos vídeos publicados pelos três veículos analisados — confirma os achados de Vázquez-Herrero et al. (2022), segundo os quais os meios jornalísticos enfrentam dificuldades para produzir narrativas autenticamente adaptadas ao ecossistema do TikTok. Esses dados reforçam que, apesar da natureza audiovisual e criativa da plataforma, o jornalismo tende a

reproduzir lógicas tradicionais de apresentação da notícia, em vez de explorar plenamente os recursos nativos disponíveis.

Pesquisas anteriores apontam limitações semelhantes em outros contextos. Gonçalves (2020), ao analisar a adaptação da imprensa regional portuguesa aos dispositivos móveis, identificou uma baixa adequação de conteúdos às especificidades das plataformas de redes sociais. De forma convergente, Hendrickx (2025) observa que veículos europeus também subutilizam técnicas interativas típicas do TikTok, como hashtags locais e duetos colaborativos, consideradas essenciais para uma comunicação hiperlocal e participativa.

Este estudo, ao focalizar especificamente a atuação jornalística no TikTok, reforça que os obstáculos à inovação narrativa não são exclusivos de um país ou veículo, mas fazem parte de um padrão mais amplo que atravessa redações locais e nacionais, em diferentes contextos.

5.1. Elementos de Proximidade e Escala Editorial

Embora 78% dos vídeos produzidos pelos perfis brasileiros abordem temas locais, essa proporção cai para 42% no caso português (*Jornal de Notícias*). Essa diferença deve ser interpretada com cautela, uma vez que o *Jornal de Notícias* é um veículo de caráter nacional e, portanto, tende naturalmente a equilibrar pautas locais com conteúdos de maior alcance. Ainda assim, os resultados evidenciam contrastes entre jornais locais/regionais e um jornal nacional em sua apropriação do TikTok.

A baixa presença média de elementos de proximidade — apenas 7% dos vídeos analisados — indica uma exploração limitada de dimensões culturais e afetivas, como referências regionais, imagens locais e histórias de moradores. A literatura internacional destaca que tais limitações podem estar associadas, em muitos contextos, a obstáculos estruturais como recursos reduzidos ou dificuldades de adaptação às plataformas digitais (Abernathy, 2018; Nielsen, 2015). Gonçalves (2020) acrescenta que a homogeneização de conteúdos compromete o potencial cívico do jornalismo de proximidade. No entanto, cabe ressaltar que este estudo não investigou diretamente as condições organizacionais das redações analisadas, de modo que tais associações são aqui apresentadas apenas como hipóteses plausíveis à luz da literatura, e não como conclusões empíricas sobre os casos estudados.

5.2. Engajamento Significativo Versus Viralização

Entre os veículos analisados, o *Jornal Plural* destacou-se pelas elevadas médias de curtidas (6.600; DP = 900) e comentários (92; DP = 30). Esse resultado relaciona-se ao uso consistente de estratégias como legendas (84% dos vídeos), edições dinâmicas (71%) e cha-

madras à ação frequentes (89%), recursos que, segundo Willis (2024), favorecem um engajamento comunitário mais profundo e conectado às necessidades locais.

Já o *Jornal de Notícias* alcançou número superior de compartilhamentos (906; DP = 250) e de visualizações médias por vídeo (74.600; DP = 10.800). Esse desempenho pode ser explicado tanto pela sua ampla base de seguidores quanto pelo foco em conteúdos com potencial viral, como acontecimentos extraordinários ou curiosidades. Torre e Jerónimo (2023) alertam, contudo, que a busca por visibilidade não deve sobrepor-se à responsabilidade editorial nem comprometer a qualidade informativa.

O *Jornal Porto Mídia* apresentou médias mais modestas de engajamento (350 curtidas e 6 comentários por vídeo), o que reflete seu perfil hiperlocal e o alcance naturalmente mais restrito da sua audiência. Embora a literatura aponte que veículos locais costumam enfrentar limitações estruturais e de recursos (Abernathy, 2018; Nielsen, 2015), este estudo não investigou diretamente as condições organizacionais da redação, de modo que tais fatores são aqui mencionados apenas como contexto teórico mais amplo.

5.3. Interatividade e Construção da Esfera Pública

A ausência generalizada de respostas a comentários revela uma lacuna importante na promoção do diálogo horizontal com os usuários. Conforme destacam Hermida (2015) e Jerónimo e Esparza (2022), a criação de uma esfera pública digital ativa exige interações constantes, nas quais os cidadãos não sejam apenas receptores, mas também participantes do debate. Leppert e Matsa (2024) acrescentam que a resposta direta a comentários é percebida como um indicador de confiabilidade editorial, fortalecendo a percepção de proximidade. Nesse sentido, os veículos analisados perdem oportunidades significativas ao não explorar essa dimensão interativa, limitando sua capacidade de consolidar vínculos comunitários.

Os achados reforçam que a simples presença no TikTok não garante o sucesso do jornalismo de proximidade, entendido aqui como a capacidade de fortalecer confiança, gerar engajamento significativo e criar vínculos culturais e afetivos com a comunidade (Gonçalves, 2020; Hess & Waller, 2017). Para alcançar esse objetivo, as redações precisam compreender as lógicas algorítmicas do TikTok (Zeng & Schäfer, 2021) e explorar estrategicamente recursos nativos como vídeos em POV, duetos e áudios virais (Maseko, 2023). Além disso, recomenda-se que o planejamento editorial priorize conteúdos hiperlocais e interativos, buscando equilíbrio entre frequência de publicações e profundidade informativa. Essa prática está em consonância com o *ethos* participativo preconizado por Mídões e Martins (2023), que defendem um jornalismo en-

raizado nas comunidades, mas aberto ao diálogo em ambientes digitais.

5.4. Segurança e Credibilidade

Embora não tenha sido o foco central deste estudo, a literatura recente chama atenção para desafios de segurança digital e governança de dados no TikTok, que podem impactar diretamente a credibilidade jornalística (Götz, s.d.). Para veículos locais, que dependem da confiança comunitária, esses riscos assumem relevância particular, já que fragilidades na proteção de informações ou falhas na transparência da plataforma podem comprometer a relação com o público.

Nesse sentido, recomenda-se que jornalistas locais adotem protocolos de segurança digital e boas práticas no uso do TikTok, como pelos previstos no *Mobile Journalism Manual*, da Konrad-Adenauer-Stiftung (2022). Tais medidas contribuem para garantir a integridade das informações veiculadas, a proteção de dados pessoais e a segurança dos dispositivos utilizados na produção de conteúdo. Ao fortalecer essas práticas, os meios locais ampliam não apenas sua resiliência digital, mas também a credibilidade junto às comunidades que pretendem servir.

6. Conclusão

Este estudo demonstra que, embora o TikTok ofereça uma infraestrutura potente para o desenvolvimento do jornalismo de proximidade, ainda existem lacunas significativas na forma como os veículos exploram os recursos da plataforma. A predominância de formatos informativos convencionais (cerca de 70% dos vídeos) e a baixa presença de elementos de proximidade cultural e afetiva (7% do corpus) revelam que o potencial para construir vínculos comunitários permanece subutilizado. Além disso, a ausência de respostas a comentários — identificada em todos os perfis analisados — limita a criação de uma esfera pública digital colaborativa.

A exploração limitada desses recursos reduz o impacto comunitário do jornalismo de proximidade no TikTok, entendido aqui como a capacidade de reforçar confiança, gerar engajamento significativo e fortalecer vínculos culturais e afetivos com as comunidades. Embora os dados mostrem que há engajamento em forma de curtidas, comentários e compartilhamentos, ele ocorre de modo desigual: o *Jornal Plural* destacou-se em curtidas e comentários, sugerindo maior aderência local; o *Jornal de Notícias* teve desempenho elevado em compartilhamentos e visualizações, mas com foco em conteúdos de apelo viral; já o *Jornal Porto Mídia* apresentou médias mais modestas, refletindo sua escala hiperlocal.

À luz desses resultados, recomenda-se que os meios jornalísticos locais invistam em conteúdos adaptados à linguagem do TikTok, explorando narrativas autênticas, histórias de moradores, expressões regionais e referências culturais — categorias pouco frequentes no corpus, mas teorizadas como centrais para a proximidade (Camponez, 2002; Hess & Waller, 2017). Do mesmo modo, a interatividade deve ir além do uso de chamadas à ação (CTA), ampliando-se para práticas negligenciadas pelos perfis analisados, como respostas a comentários e participação em dinâmicas próprias da plataforma (duetos, desafios e áudios virais).

Nesse sentido, o jornalismo de proximidade pode se beneficiar da adoção estratégica do TikTok como ferramenta para engajar públicos jovens, aproveitando o potencial da hiperlocalidade e da interatividade. Os dados deste estudo reforçam que iniciativas co-

mo a produção de histórias hiperlocais e a adoção de formatos nativos podem ampliar a relevância comunitária dos conteúdos, enquanto práticas de *fact-checking* contribuem para reforçar a confiança em meio à circulação de informações rápidas e fragmentadas.

Contudo, desafios persistem. A baixa presença de elementos de proximidade e a ausência de interação direta com os usuários evidenciam que os meios ainda não exploram plenamente o potencial da plataforma. Nesse contexto, estratégias de capacitação técnica e parcerias institucionais podem desempenhar um papel essencial para garantir não apenas a sustentabilidade editorial, mas também o fortalecimento da credibilidade e do papel cívico do jornalismo local no ambiente digital acelerado do TikTok.

Referências

- Abernathy, P. M. (2018). *The expanding news desert*. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, University of North Carolina Press.
- Atlas da Notícia. (2025a, 10 de julho). *7ª edição do Atlas da Notícia: Redução dos desertos de notícias no Brasil é impulsionada pelo crescimento do segmento online*. Projor/Atlas da Notícia. <https://atlas.jor.br/atlas-v-7/reducao-dos-desertos-de-noticias-no-brasil-e-impulsionada-pelo-crescimento-do-segmento-online/>
- Atlas da Notícia. (2025b, 10 de julho). *Nordeste reduz desertos de notícias, mas ainda enfrenta desafios*. Projor/Atlas da Notícia. <https://atlas.jor.br/atlas-v-7/nordeste-reduz-desertos-de-noticias-mas-ainda-enfrenta-desafios/>
- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Bucher, T. (2016). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30–44. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086>
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade: Rituais de comunicação na imprensa regional*. MinervaCoimbra.
- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2023). *Local media for democracy – Country focus: Portugal*. European University Institute. <https://cmpf.eui.eu/local-media-for-democracy-research-results/local-media-for-democracy-country-focus-portugal/>
- Correia, J. C., Jerónimo, P., & Gradim, A. (2021). Jornalistas da mídia local e o desafio digital. *Redes*, 26, 1–13. <https://doi.org/10.17058/redes.v26i0.16507>
- Coster, H. (2023, 13 de junho). *Fewer people trust traditional media, more turn to TikTok for news, report says*. Reuters. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/fewer-people-trust-traditional-media-more-turn-tiktok-news-report-says-2023-06-13/>
- Estrada-García, S., & Gamir-Ríos, J. (2023). Soft news in original videos. Adaptation to TikTok of the main Spanish online media. *Profesional de la Información*, 32(2), Artigo e320222. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.22>
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of International Peace Research*, 2(1), 64–90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Gile, K. J. (2011). Improved inference for respondent-driven sampling data with application to HIV prevalence estimation. *Journal of the American Statistical Association*, 106(493), 135–146. <https://doi.org/10.1198/jasa.2011.ap09475>
- Gonçalves, A. (2020). A adaptação da imprensa regional aos dispositivos móveis. In P. Jerónimo & J. C. Correia (Eds.), *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo* (pp. 83–102). LabCom Books.
- Götz, V. (s.d.). *Using TikTok for investigative journalism*. Mobile Journalism (Mojo) Manual. <https://www.mojo-manual.org/digital-investigation/using-tik-tok-for-investigative-journalism/>
- Handcock, M. S., & Gile, K. J. (2010). Modeling social networks from sampled data. *The Annals of Applied Statistics*, 4(1), 5–25. <https://doi.org/10.1214/08-AOAS221>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261–280. <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Hendrickx, J. (2025). News #foryou on TikTok: A digital methods–based study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Publicação eletrónica antecipada. <https://doi.org/10.1177/10776990251328623>
- Hermida, A. (2015). *Tell everyone: Why we share and why it matters*. Doubleday Canada.
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local journalism in a digital world: Theory and practice in the digital age*. Palgrave Macmillan.
- Jenkins, J., & Nielsen, R. K. (2018). *The digital transition of local news*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-transition-local-news>
- Jerónimo, P. (2013). Descobrimos o ciberjornalismo de proximidade em Portugal. In F. Zamith, H. Bastos, & I. Reis (Eds.), *Livro de atas do III COBCIBER* (pp. 77–96). Observatório do Ciberjornalismo (ObCiber). <https://cobciber3.wordpress.com/atas/>
- Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade: Redações, jornalistas e notícias online*. LabCom.IFP.
- Jerónimo, P., & Esparza, A. (2022). Local journalists and fact-checking: An exploratory study in Portugal and Spain. *Essachess—Journal for Communication Studies*, 15(29), 147–166. <https://journals.openedition.org/cs/9881>
- Jerónimo, P., Ramos, G., & Torre, L. (2022). *Desertos de notícias Europa 2022: Relatório de Portugal*. MediaTrust.Lab/LabCom. <https://>

- labcom.ubi.pt/desertos-de-noticias-europa-2022-relatorio-de-portugal/
- Kaufman, D., & Santaella, L. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista Famecos*, 27, Artigo e34074. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>
- Kemp, S. (2025, 12 de março). *TikTok users, stats, data, trends, and more*. DataReportal. <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>
- Kim, H., Jang, S. M., Kim, S.-H., & Wan, A. (2018). Evaluating sampling methods for content analysis of Twitter data. *Social Media + Society*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305118772836>
- Konrad-Adenauer-Stiftung. (2022). *Mobile journalism manual: Storytelling, data journalism & online investigation*. KAS Media Programme Asia. <https://www.mojo-manual.org/>
- Laboratório de Práticas para o Jornalismo Local. (2024). *O que conecta os públicos ao jornalismo local: Hábitos, interesses, sustentabilidade, engajamento e participação em Florianópolis*. Universidade Federal de Santa Catarina. <https://localjor.paginas.ufsc.br>
- Lage, N. (2001). *Ideologia e técnica da notícia* (3.ª ed). Insular UFSC.
- Leppert, R., & Matsa, K. E. (2024, 17 de setembro). *More Americans—especially young adults—are regularly getting news on TikTok*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/09/17/more-americans-regularly-get-news-on-tiktok-especially-young-adults/>
- Maseko, L. (2023, 18 de julho). *How journalists can effectively use TikTok for storytelling*. Jamlab. <https://jamlab.africa/how-journalists-can-effectively-use-tiktok-for-storytelling/>
- Midões, M. (2020). *O terceiro setor de radiodifusão em Portugal: Mapeamento e caracterização das rádios comunitárias* [Tese de doutoramento, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <https://hdl.handle.net/10316/95297>
- Midões, M., & Martins, J. (2023). Local journalism: How the war in Ukraine imposed itself on the production routine of the local press. *Journalism and Media*, 4(1), 162–176. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010012>
- Midões, M., Reis, A. L., Pereira, F. R., & Torres Guerra, R. (2025). Jornalismo de proximidade: A cobertura noticiosa do Jornal do Centro aos incêndios de outubro de 2017 na região de Viseu (Portugal). *Âmbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 67, 222–242. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2025.i67.12>
- Monteiro, P. A. L. (2024). *Imprensa regional: O jornalismo de proximidade em Portugal na era digital* [Tese de doutoramento, Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/53733>
- Mota, D. (2023). A erosão da proximidade: Questões e desafios do jornalismo local na sociedade contemporânea. *Comunicação e Sociedade*, 44, Artigo e023027. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4744](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4744)
- Napoli, P. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. Columbia University Press.
- Newman, M. E. J. (2010). *Networks: An introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199206650.001.0001>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2024). *Digital news report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nielsen, R. K. (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. I.B. Tauris.
- OberCom. (2025). *Digital News Report Portugal 2025*. <https://zenodo.org/records/15599072>
- Reis, T. A. (2022). A study on local and regional journalism in Brazil: a survey of theses and dissertations (2010-2020). *Brazilian Journalism Research*, 18(3), 574–597. <https://doi.org/10.25200/BJR.v18n3.2022.1541>
- Rempel, S. (2020, 4 de dezembro). *TikTok for news: Why there's a place for journalism on the app*. JSourc. <https://j-source.ca/tiktok-for-news-why-theres-a-place-for-journalism-on-the-app/>
- Silva, M. S., Gonçalves, A., & Morais, R. (2025). Tecnologia, inovação e modelos de negócio nos jornais regionais portugueses. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 18(1), Artigo e55812. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/166517>
- Texier, L. (2024). *Retos de los medios locales para seguir siendo competitivos en la era digital*. Laboratorio de Periodismo Luca de Tena. <https://laboratoriodeperiodismo.org/retos-de-los-medios-locales-para-seguir-siendo-competitivos-en-la-era-digital/>
- Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). Esfera pública e desinformação em contexto local. *Texto Livre*, 16, Artigo e41881. <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2023.41881>
- Universidade Federal de Santa Maria. (2025, 9 de setembro). *Mais de 680 mil pessoas no RS vivem em desertos de notícias, aponta Atlas 2025*. Universidade Federal de Santa Maria. <https://www.ufsm.br/cursos/pos-graduacao/santa-maria/poscom/2025/09/09/mais-de-680-mil-pessoas-no-rs-vivem-em-desertos-de-noticias-aponta-atlas-2025>
- van Dijk, T. A. (1996). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós.

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M., & López-García, X. (2022). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 23(8), 1717–1735. <https://doi.org/10.1177/1464884920969092>

Willis, C. (2024). *Minority language media and TikTok: Exploring usage by broadcasters and news outlets in Basque, Catalan and Galician* [Working paper]. London School of Economics and Political Science. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/working-paper-series/WP75.pdf>

Zeng, J., & Schäfer, M. S. (2021). Conceptualizing “dark platforms”. Covid-19-related conspiracy theories on 8kun and Gab. *Digital Journalism*, 9(9), 1321–1343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1938165>

Notas

* Agradecimentos

Agradeço ao Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL/UFBA) pelo ambiente de troca e colaboração acadêmica; à Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo apoio concedido por meio da bolsa de doutorado-sanduíche em Portugal. Agradeço ainda à revista pela oportunidade de publicação e pelo diálogo crítico proporcionado no processo de avaliação, que possibilitou aprimorar este trabalho.

Información adicional

redalyc-journal-id: 7747



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=774782605006>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Caroline Silva Falcão Guedes

Jornalismo de Proximidade no TikTok: Uma Análise de Perfis no Brasil e em Portugal

Proximity Journalism on TikTok: An Analysis of Profiles in Brazil and Portugal

Periodismo de Proximidad en TikTok: Un Análisis de Perfiles en Brazil y Portugal

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 2, e025017, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação,
Portugal

diretorcomunicando@sopcom.pt

ISSN-E: 2182-4037

ISSN-L: 2182-4037

DOI: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i2.465>



CC BY 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.