

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

Pâmela Leticia do Nascimento Jucio

**DO ORDINÁRIO AO EXTRAORDINÁRIO: IMAGINÁRIO
E VIDA REAL NAS *PERFORMANCES* NO *TIKTOK***

São Paulo
2022.

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

**DO ORDINÁRIO AO EXTRAORDINÁRIO: IMAGINÁRIO E
VIDA REAL NAS *PERFORMANCES* NO *TIKTOK***

Pâmela Letícia do Nascimento Jucio

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Michelli S. Oliveira

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título de
Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

São Paulo

2022.

AGRADECIMENTOS

Sou eternamente grata à minha família por todo o apoio, carinho e paciência durante todo o período de pós-graduação e de pesquisa, a minha irmã em especial pela ajuda na vida e no trabalho.

Agradeço aos colegas de caminhada e especialização por toda a parceria e ajuda nesse momento.

E agradeço a minha orientadora, Profa. Dra. Juliana Michelli S. Oliveira, por acreditar mais em mim e em minha pesquisa do que eu mesma, nada seria possível sem nossos devaneios.

**DO ORDINÁRIO AO EXTRAORDINÁRIO:
IMAGINÁRIO E VIDA REAL NAS PERFORMANCES NO TIKTOK¹**

Pâmela Letícia do Nascimento Jucio²

Resumo: O trabalho aqui apresentado tem por objetivo refletir sobre a produção de conteúdo relacionado à vida cotidiana que expressa aspectos sensíveis atrelados a experiência humana nas plataformas digitais, mais especificamente no *TikTok*, que supostamente conecta os usuários por meio de imaginários compartilhados. Para isso foi realizada uma análise da *trend* (tendência) “#15dias” juntamente com seus elementos estruturais constituintes, através de cinco vídeos que viralizaram no ano de 2021, da aplicação de um questionário para usuários da plataforma e da análise dos dados através das noções de *vida cotidiana* (Maffesoli); *performance*, a *espetacularização do eu* e a *extimidade* (Sibilia); *imaginário*, seus regimes e estruturas de sensibilidade (Durand, Wunenburger e Maffesoli); e a noção de *modulação algorítmica* (Souza; Avelino e Silveira). Observando uma suposta feição extraordinária através da visibilidade trazida pela plataforma aos aspectos sensíveis que, apesar de performados e submetidos a modulação, geram conexão entre os usuários a partir do que já era real, aparentemente não invalidando a experiência humana dentro e fora das plataformas.

Palavras-chave: *TikTok*; vida-cotidiana; vida-real; produção-de-conteúdo; imaginário.

Abstract: The work here presented aims to reflect about the content production relating to daily life that express sensitive aspects linked to human experience on digital platforms, more specifically TikTok, which supposedly connects users through shared imaginaries. For this, an analysis was carried out on the trend “#15days” at the same time with its constituent structural elements, through five videos that went viral in 2021, from the application of a questionnaire to the platform users and the data analysis using the realms of *daily life* (Mafessoli); *performance*, the *spectacularization* of the “*P*” and the *extimity* (Sibilia); *imaginary*, its regimes and sensitivity structures (Durand, Wunenburger and Maffesoli); and the notion of *algorithmic modulation* (Souza; Avelino and Silveira). Observing an extraordinary, supposed feature though the visibility brought by the platform to the sensitive aspects that, although performed

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

² Pós-graduanda em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC) e Bacharel em Rádio, Tv e Internet pela Universidade Anhembi Morumbi.

and submitted to modulation, creates connection between users from what was already real, apparently not invalidating the human experience on and off the platforms.

Keywords: TikTok; daily-life; real-life; content-production; imaginary.

Resumèn: El trabajo aquí presentado tiene como objetivo reflexionar sobre la producción de contenidos inherentes a la vida cotidiana que expresan aspectos sensibles vinculados con la experiencia humana en plataformas digitales, más concretamente en TikTok, que supuestamente conecta a los usuarios a través de imaginarios compartidos. Para ello, se realizó un análisis sobre la *trend* (tendencia) "#15días" junto con sus elementos estructurales constituyentes, a través de cinco videos que se volvieron virales en 2021, la aplicación de un cuestionario a los usuarios de la plataforma y el análisis de datos a través de los *ámbitos de la vida cotidiana* (Maffesoli); *imaginario, sus regímenes y estructuras de sensibilidad* (Durand, Wunenburger y Maffesoli); y la noción de modulación algorítmica (Souza; Avelino y Silveira). Observando una supuesta característica extraordinaria a través de la visibilidad que aporta la plataforma a los aspectos sensibles que, aunque realizado y sometido a modulación, generar conexión entre usuarios a partir de lo que ya era real, aparentemente no invalidando la experiencia humana dentro y fuera de las plataformas.

Palabras clave: *TikTok*; la-vida-cotidiana; la-vida-real; producción-de-contenidos; imaginário.

Introdução

A pesquisa aqui realizada tem por objetivo refletir sobre a produção de conteúdo que expressa um aspecto sensível atinente à experiência humana – mesmo em plataformas digitais que visam o lucro e o obtêm através da performance, dos algoritmos e da modulação dos usuários, como o *TikTok*. Tais conteúdos sensíveis, expressos por meio da vida cotidiana performada, transbordam os limites da plataforma, conectam os seus “usuários” por meio de seus imaginários compartilhados, e apesar de parecerem acontecimentos ordinários, assumem uma feição extraordinária.

O *TikTok* é uma plataforma digital, ou mídia social, voltada para a criação de vídeos curtos (entre quinze segundos e três minutos) que ganhou força no mundo inteiro devido ao sucesso com a Geração Z³. Trata-se de um dos grandes produtos da empresa *start-up* chinesa *ByteDance* que, hoje, é a *start-up* mais valiosa do mundo. O aplicativo tem suas raízes nos aplicativos antigos *Musical.ly*, *Vine* e no seu antecessor lançado apenas no mercado chinês, *Douyin*, aplicativo também desenvolvido pela *ByteDance* que deu origem ao fenômeno mundial que hoje é o *TikTok*.

Segundo dados extraídos do site oficial do *TikTok*, disponibilizados em fevereiro de 2021, o aplicativo já tinha mais de 500 milhões de *downloads* apenas na loja de aplicativos dos dispositivos e *smartphones Androids*, o *Google Play*. Em estudo mais recente, realizado pela empresa de segurança e performance na internet *Cloudflare*, em 2021, a plataforma se consolidou como o aplicativo mais baixado no mundo inteiro, sendo o primeiro, além do *Facebook*, a alcançar 3 bilhões de *downloads* e até ultrapassou o número de um bilhão de usuários ativos diários em setembro de 2021.

Esse estudo se justifica devido à presença e importância que as plataformas digitais têm assumido na sociedade brasileira, mesmo que, segundo os dados mais atualizados do IBGE (2019), em 2019, cerca de 12,6 milhões de domicílios brasileiros não tinham acesso à internet, enquanto em 99,5% das residências com acesso à internet, o equipamento mais usado para acessar a internet continuava sendo os celulares. Também é justificado pela quantidade cada vez maior de novos usuários chegando à plataforma digital e rede social *TikTok*. Ou seja, os resultados aqui apresentados levam em consideração o recorte dos usuários da plataforma:

³ Geração Z: “a primeira geração alfabetizada na linguagem digital, familiarizada com as redes sociais e influenciada pela pulverização da informação e do entretenimento.” – Definição dada a geração dos nascidos após 1997 e já integrada nos dicionários *Merriam-Webster*, *Oxford* e *Urban Dictionary*. Informação disponível no relatório da Pew Research Center. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>> Acesso em: 20 jan. 2022.

pessoas com acesso à internet e a smartphones, dispositivos para quais os vídeos curtos são prioritariamente criados.

Em relação ao plano deste artigo, de início, buscou-se problematizar a plataforma *TikTok*, considerando os seguintes aspectos: contexto de inserção, surgimento e alcance atual. Depois, são apresentados os objetos de estudo: a *trend* “#15dias” e os cinco vídeos pertencentes a essa *trend* selecionados para análise. Em seguida, são discutidas as principais noções que guiaram as análises realizadas, sendo elas: a noção de *vida cotidiana*, segundo Michel Maffesoli; as noções de *performance*, a *espetacularização do eu* e a *extimidade*, de Sibilia; as noções de *imaginário*, seus regimes e estruturas de sensibilidade, conforme Durand, Wunenburger e Maffesoli; e a noção de *modulação algorítmica*, de Souza; Avelino e Silveira, 2018. Todas as noções indispensáveis para a análise e a reflexão proposta, isto é, compreender a influência do aspecto sensível (aspectos da vida cotidiana) nos conteúdos do *TikTok*, através da *trend* “#15dias”; bem como discutir sobre a lógica algorítmica e a modulação da experiência nas quais esses vídeos estão inseridos. Então, trata-se da metodologia utilizada para a condução dessa pesquisa, tendo como foco de análise: a *trend* e os cinco vídeos que correspondem à matéria de pesquisa. Apresenta-se também o questionário aplicado a fim de testar as hipóteses relativas à proposta desta pesquisa.

Por fim, são apresentados os resultados desta pesquisa, referentes aos imaginários evocados através dos fragmentos de vida cotidiana performada na plataforma. Estes possíveis imaginários virtuais se formam no compartilhamento de experiências na plataforma que, apesar de modulada e suscetível a bolhas, não inibe a expressão humana, a qual pode assumir um aspecto extraordinário a medida que, através do ordinário, conecta milhares e milhares de pessoas.

1. Problematização e marcos teóricos

As perguntas que nortearam esta pesquisa podem ser assim descritas: qual o papel e a influência de conteúdos que apresentam a performance da vida cotidiana? Qual é a matéria-prima desses conteúdos? Eles são capazes de invocar imaginários individuais e/ou coletivos? Haveria uma persistência do imaginário na apropriação do *TikTok* pelos usuários da plataforma, mesmo se tratando de um ambiente orquestrado por algoritmos e que propicia a modulação de seus usuários?

Para buscar elementos de resposta a essas questões, vale destacar que este estudo não adotou juízos de valor em relação ao *TikTok*, mas procurou refletir de forma crítica frente ao recente fenômeno de popularização das plataformas digitais. Reconhecendo como nesse ambiente, onde tudo é muito rápido, existem algoritmos que modulam o conteúdo consumido e a percepção dos usuários em relação a esse sistema virtual complexo.

Sistema esse onde ocorrem manifestações cotidianas humanas que extrapolam a duração de um vídeo de até um minuto e, mesmo que não tão evidentes à primeira vista, parecem evocar a matéria-prima das relações e afetos humanos, com seus costumes, sentimentos e sensações. Estes, passam a fazer parte do dia a dia de outras milhões de pessoas-usuários conectadas à plataforma e a possíveis imaginários coletivos. A plataforma poderia, inclusive, atuar no surgimento de “novos” imaginários inerentes a esse sistema, ou ainda, na expressão de imaginários que ainda não têm um lugar garantido em certos contextos sociais, políticos, econômicos e culturais.

É exatamente esta a linha tênue que guia este trabalho: ainda que uma das maiores plataformas digitais da atualidade busque, aparentemente, se utilizar de *performances* para reter seus usuários produzindo e consumindo - o que lhe produz lucro (capital econômico - objetivo de grandes empresas como o *TikTok*), é nesse ambiente também que surge espaço para uma possível transgressão dos usuários na utilização da plataforma. Transgressão que parece acontecer a partir do momento que os usuários adicionam ao *TikTok* um aspecto sensível e a suposta lógica implícita à plataforma se subverte em compartilhamento da experiência humana. Então, o ordinário adquire um aspecto extraordinário e há um possível (re)surgimento de imaginários com a identificação, a partilha e o compartilhamento de afetos entre os usuários.

Para fim das análises, foi selecionada uma *trend*, cujos conteúdos e tema central são a vida cotidiana dos criadores dos vídeos durante um determinado período de tempo: a pandemia do coronavírus iniciada em 2020 - período esse, que duraria 15 dias, e se estendeu por um tempo bem maior. Por isso a *trend* será chamada durante este trabalho de “#15dias”, pois se caracteriza pela *hashtag* “#15dias”, a música *Timber* dos cantores *Pitbull* e *Ke\$ha*, um mesmo formato de criação e textos na tela começando por “ERA PRA SER SÓ 15 DIAS E EU: + ícone/ emoji de vírus”.

Em relação aos marcos teóricos, a vida cotidiana é definida com auxílio da sociologia do cotidiano, a partir das noções de senso comum e vivência propostas por Maffesoli (2001).

Compreende-se a vida real e cotidiana como um espaço onde as emoções e os afetos têm lugar de destaque e onde o senso comum se encarrega de tecer o imaginário coletivo através

da experiência e de um saber orgânico incorporado passado de geração em geração. Uma realidade, que supera o indivíduo único e permeia todos os corpos sociais assegurando a “perduração social”. Entendendo, também, como aponta Maffesoli (1995), o cotidiano e a vida cotidiana como reveladores do estilo de uma época que formata e da forma à sociedade dessa época em questão, onde o cotidiano de uma pessoa acaba sendo sempre coletivo e só tem valor por estar inserido no coletivo.

Talvez seja até necessário, aqui, fazer referência ao mito bíblico no qual o homem come os frutos da árvore do conhecimento e, por causa disso, rompe com a vida paradisíaca, isto é, com uma vida de pura fruição, na qual o sensível, o afeto, a comunhão com a natureza constituem o essencial de sua existência. (Maffesoli, 1998, p.41)

E é esse lugar das emoções e dos afetos que permeiam a vivência humana e constituem a vida cotidiana que define para este trabalho o que são os aspectos sensíveis observados na *trend* #15dias.

O imaginário aqui será entendido como um conjunto de imagens, referências e “bagagens mentais”. Um reservatório de experiências que possibilitam a formação das ideias e a interpretação do mundo pelos indivíduos e os unem em um campo comum; existindo desde os imaginários individuais até os imaginários coletivos, de determinados grupos sociais e culturas.

Wunenburger (2007), baseado nos estudos de Gilbert Durand, apresenta a definição de Imaginário como “um conjunto de produções, mentais ou materializadas em obras, com base em com base em imagens visuais [...] e linguísticas [...], formando conjuntos coerentes e dinâmicos, referentes a um ajuste de sentidos próprios e figurados” (WUNENBURGER, 2007, p. 11). A partir de Maffesoli (2012), acrescenta-se que esse conjunto compreendido como imaginário estabelece acordos com outros imaginários comuns, garantindo e dando uma forma coesa ao conjunto social.

As imagens responsáveis pela construção dos imaginários não são entendidas somente como a imagem “representação de pessoa ou coisa; figura [...] de uma santo, da Virgem ou de Cristo; semelhança; representação de uma ideia”, conforme a definição do dicionário⁴. Mas sim como uma “deformação” (DURAND, 2012): uma interpretação única que cada indivíduo atribui ao real e ao mundo na construção de seu próprio imaginário. Uma espécie de “impressão digital” única de cada interpretação da existência que é carregada de emoções e sentimentos

⁴ IMAGEM. In: Priberam Dicionário. Priberam Informática, S.A., 2021. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/imagem>>. Acesso em 05 de abr. 2022.

conflitantes (DURAND, 2012) – e só se faz importante dentro de um contexto e em conversa com outras imagens.

Durand (2012) traz ideias que são fundadoras para os estudos do imaginário. Apresenta ser necessário compreender a existência de uma lógica de composição de imagens entre essas imagens que compõem um determinado imaginário. Ele aponta que elas podem ser divididas em dois regimes: o regime diurno e o regime noturno (regime noturno esse que será tratado mais aqui) que, por sua vez, dão origem a três estruturas as quais explicam/ classificam as imagens: a estrutura mística, a estrutura heroica e a estrutura cíclica ou sintética.

Para Durand, as estruturas que organizam em profundidade as imagens têm relação com a base biológica e a forma com que um corpo se relaciona e entende o mundo, sendo as estruturas interligadas com o “*modus operandi*” do corpo humano.

Em uma breve explicação, a *estrutura mística* das imagens têm relação com a interioridade e a proteção do corpo, com a proteção do ventre durante uma gestação, por exemplo, com tudo que se volta para dentro. Já a *estrutura heroica* diz respeito à postura ereta humana, bípede e traz uma simbólica alinhada à separação, à oposição, “a luta contra o outro”, se manifestando em dualidades, como claro/escuro, alto/baixo. Por fim, a estrutura que mais interessa às análises aqui realizadas: a *sintética ou cíclica* - uma estrutura de sensibilidade relacionada com o tempo, o movimento cíclico do mundo, o ritmo – é nesta estrutura que se encaixam as narrativas, é nela que os contrários coexistem sem se anularem, é nela onde está inserido o aspecto sensível aqui observado.

[...] destes símbolos que se enlaçam ao tempo para o vencer vão ter como caráter comum o serem mais ou menos “histórias”, “narrativas”, cuja principal realidade é subjetiva e a que se costuma chamar de ‘mitos’ [...] sintéticos que tentam reconciliar a antinomia que o tempo implica: o terror diante do tempo que foge, a angústia diante da ausência e a esperança na realização do tempo [...] sempre *dramáticos*, quer dizer, porão alternativamente em jogo as valorizações negativas e positivas das imagens. (DURAND, 2012, p. 282-283)

Nas estruturas sintéticas ou cíclicas, Durand apresenta a ideia da repetição temporal, como os mitos humanos, as histórias, que se fundam na possibilidade da repetição temporal e como em certo momento deixa de existir uma distinção entre o tempo e o espaço, pela razão de o tempo ser espacializado pelo ciclo. E esse aspecto temporal é fundamental para as análises das *trends* aqui selecionadas.

Nesse contexto, como se define o ordinário e o extraordinário? Ao buscar as definições de dicionário⁵, a palavra ordinário é definida como “o que se encontra facilmente ou em muitos lugares”, “comum”, “o que acontece muitas vezes”; enquanto a palavra extraordinário é encontrada como “não conforme o de costume”, “o que se destaca ou impressiona pelas suas características especiais”, “o que tem caráter de excessão”.

Para dar mais luz sobre esses dois conceitos (ordinário e extraordinário), buscou-se ponderar sobre as noções e reflexões apresentadas por Maffesoli no quarto capítulo de seu livro “Elogio da Razão Sensível” (1998) sobre o senso comum, onde o autor discorre sobre as reflexões filosóficas de diversos pensadores em torno da questão razão-emoção.

Maffesoli pontua nesse texto como os grandes momentos das vidas das pessoas, os acontecimentos excepcionais (que não pertencem a ordem dos acontecimentos corriqueiros e constantes) costumam ser bem raros e/ou ritualizados e, por isso, pertencem a um determinado plano extraordinário. Porém, o autor também apresenta que, apesar do entendimento anterior, são os “rituais cotidianos”, os momentos que não recebem tanta atenção dos indivíduos, que “constituem a verdadeira densidade existência individual e social” (MAFFESOLI, 1998, p. 173), o que o autor chama de socialidade.

Tudo indica que o senso comum seja uma boa expressão dessas “águas misturadas”. Ele acentua o fato de que, antes de qualquer racionalização, existe uma vivência comum, que pode tomar formas diversas mas que, nem por isso, exprimem menos o extraordinário querer-viver que constitui toda socialidade. (Maffesoli, 1998, p. 175)

E é a partir deste pensamento que foi entendido o sentido das palavras “ordinário” e “extraordinário” para este estudo: o ordinário é compreendido como o âmbito da vida que contempla os acontecimentos cotidianos, as emoções e os afetos que constituem a existência individual e coletiva. E o extraordinário é um âmbito que só acontece através e no ordinário, onde está o “querer-viver” e onde o cotidiano assume um lugar de destaque.

Também será levada em consideração a configuração e lógica próprias do digital e das plataformas digitais compostas por algoritmos, bolhas, modulação, nos termos das reflexões organizadas e apresentadas por Souza, Avelino e Silveira (2018); espetacularização do comum e *performance* do “eu” apresentados por Sibilia (2015-2016), além das novas formas de interação social existentes no digital.

⁵ ORDINÁRIO; EXTRAORDINÁRIO. In: Priberam Dicionário. Priberam Informática, S.A., 2021. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/ordin%C3%A1rio>> e <<https://dicionario.priberam.org/EXTRAORDIN%C3%81RIO>>. Acesso em 26 de mai. 2022.

Sibilia (2015, p. 357) apresenta o significado de *performance* como a união de algumas definições: 1- uma encenação inesperada que interrompe o fluxo habitual do espaço público; 2- uma ação praticada por alguém que além de considerar que está fazendo uma performance, tem a compreensão total do público que experienciando a mesma; 3- performance como uma referência ao desempenho profissional de uma pessoa.

Assim, será considerada aqui o que se nomeou “*Era da performance*” que se caracteriza como um momento histórico que registra pressões inéditas sobre os corpos e as subjetividades, instando-os a que melhorem constantemente (Sibilia, 2015, p. 354) e onde o outro assume um papel de legitimador do que é e o que não é real: se sua realização e/ou sentimento não está visível aos olhos espetaculares, ela não acontece – se você não está performando, logo não existe.

Então, a vida cotidiana passa a existir somente, a se “efetivar” quando é vista por outros indivíduos/ usuários. Nessa nova lógica, a vida cotidiana precisaria ser performada para estar acontecendo: “Então, viver se assemelha a atuar ou encenar, se “ser alguém” equivale a interpretar um personagem” e “viver consiste em desempenhar certos papéis mais ou menos teatrais” (Sibilia, 2015, p. 355-356).

É importante frisar que para a autora a *performance* do “eu” e da intimidade (o que se entende aqui como elementos primordiais da vida cotidiana) já acontecia na sociedade antes da ascensão da internet e de plataformas digitais. Porém, com o surgimento da internet, esse fenômeno e, conseqüentemente, a pressão sobre as subjetividades se intensificou. Para Sibilia, a própria sociedade aparenta ter uma ânsia pelo o que é ou *parece* ser real e o espetáculo da realidade é o que mais faz sucesso: “[...] tudo vende mais se for real, mesmo que se trate de versões performáticas de uma realidade qualquer” (Sibilia, 2016.p. 287).

Espetacularizar o *eu* consiste precisamente nisso: transformar as nossas personalidades e vidas (já nem tão privadas) em realidades ficcionalizadas com recursos midiáticos. É isso que se procura fazer ao performar a própria intimidade nas telas cada vez mais onipresentes e interconectadas. (SIBILIA, 2016, p. 289)

Além disso, se faz importante entender a ideia de *extimidade* apresentada por Sibilia (2016) que trata da vida íntima e cotidiana das pessoas que, com o auxílio das plataformas digitais e sociais, *performam* a intimidade e cotidianidade do seu próprio *eu* e acabam por gerar uma *extimidade*, a medida em que espetacularizam esses aspectos, antes íntimos, de suas vidas cotidianas na produção de vídeos e conteúdos nas plataformas digitais e sociais, como o *TikTok*.

No que diz respeito à dinâmica das redes e da Internet, esse momento histórico que propicia a *performance*, é um momento entendido por pensadores como Thomas H. Davenport e John C. Beck como a “Economia da Atenção”, que surge em meio a sociedade de controle, a qual exerce seu poder graças às novas tecnologias.

Nesse momento histórico, os interesses do capital se direcionam a cada micro momento da vida dos usuários das plataformas, que são os responsáveis, mesmo sem saber, por fornecer informações preciosas para os algoritmos que aprendem (por meio das inteligências artificiais) como fazê-los comprar um produto novo ou consumir determinado conteúdo; criando necessidades e se aproveitando de cada “respiro” de atenção.

Os algoritmos que são fundamentais para a sustentação desse sistema complexo serão entendidos como: “uma série de instruções delegadas a uma máquina para resolver problemas pré-definidos. [...] e estão presentes em praticamente todas as funções que executamos na rede” (Gillespie, 2014, *apud* Souza, Avelino e Silveira, 2018, p. 49). E são eles que: 1- tornam possível existir a coleta e análise dos dados pelas plataformas; 2- definem quais laços devem ser privilegiados e quais não.

As plataformas digitais são justamente as responsáveis por criar esse ambiente onde os usuários são incentivados a compartilhar, se expressar e gerar informações que possam ser coletadas pelos sistemas algorítmicos; enquanto eles mesmos recebem apenas os conteúdos e informações que o algoritmo já pré-definiu que são relevantes para cada usuário. Esse movimento define um feito inerente à lógica das redes e de extrema importância para a reflexão deste trabalho: a modulação exercida por plataformas sociais sobre seus usuários.

A partir do conceito da modulação deleuzeana e da explicação da manipulação da informação pelas mídias tradicionais, os autores apresentam a modulação como um fenômeno que se faz possível pelo contexto em que está inserido. Definem o ato de modular como uma forma de conduzir opiniões e comportamentos através de caminhos oferecidos pelas plataformas e meios a partir dos seus algoritmos e inteligências artificiais, as quais têm por função gerenciar os interesses dos usuários (influenciados) e dos criadores/ gestores desses algoritmos (influenciadores) (Souza, Avelino e Silveira, 2018, p. 9). O sucesso da modulação pretendida pelas plataformas depende exatamente do que foi comentado anteriormente: a análise precisa dos usuários que serão modulados através de todas as informações que eles já concederam para os algoritmos.

Para tal definição foram considerados os textos *Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação midiática* de João Francisco Cassino, *A noção de modulação e os*

sistemas algorítmicos de Sérgio Amadeu da Silveira e *A modulação de comportamento nas plataformas de mídias sociais* de Débora Machado, disponíveis em SOUZA, AVELINO e SILVEIRA, 2018.

Assim, os conceitos de vida cotidiana e imaginário que guiaram essa pesquisa também serão entendidos por meio da ideia de *performance*, ou seja, conteúdos expressados na rede por meio da vida cotidiana como um fragmento performático. Conteúdos que são compartilhados com outros usuários através e com determinada dose de modulação ao chegar em cada “*For You*”/ “*Pra você*”, respectivo feed do *TikTok*,; e que evocam imaginários, tanto coletivos quanto individuais, podendo impulsionar *trends* com esse tipo de conteúdo, ao mesmo tempo, que alimenta esses imaginários e provoca o encontro das experiências humanas na plataforma.

Por sua vez, a imagem, neste caso, as imagens (visuais, verbais e musicais) geradas e compartilhadas no *TikTok*, acabam por se tornar um vetor dessa nova estética da vida cotidiana performada (estilo da época em que algoritmos, performances e plataformas tem destaque) que, teoricamente, surge junto a um novo paradigma, apresentado por Maffesoli (2012) como “A ética da estética”, que pode ser definida como um vínculo a partir de emoções e paixões compartilhadas pelos indivíduos e cuja função é tornar visíveis as forças invisíveis.

2. Metodologia

Esta investigação tem como matéria de pesquisa principal a *trend* #15dias do *TikTok*, que foi selecionada depois de um levantamento prévio realizado na plataforma. O critério que orientou a escolha dessa *trend*, além da viralização (durante os meses de junho e setembro de 2021), foi o conteúdo sensível a ela associado, referente ao início da pandemia, que trata de aspectos cotidianos referentes ao período de enfrentamento da COVID no Brasil.

A *trend* em questão, é caracterizada pela *hashtag* “#15dias” e pelo áudio criado com o trecho da música “*Timber*” do cantor americano Pitbull em parceria com a cantora *Ke\$ha*. Outro aspecto que a caracteriza é o aparecimento de uma frase em destaque na tela: “Era pra ser só 15 dias e eu...” e o emoji/ desenho de vírus. Nela, os usuários contam quais foram os principais acontecimentos cotidianos de suas vidas durante o período de *lockdown* da pandemia iniciado em 2020.

Os objetos estudados foram cinco vídeos pertencentes à *trend* mencionada, cujos conteúdos apresentam marcos/ acontecimentos da vida cotidiana dos usuários, os quais, mesmo em um ciclo de tempo tão restrito, pareciam transmitir narrativas mais longas.

Ao lado da análise do conteúdo dos vídeos, também participaram da investigação das *trends*, os comentários deixados pelos usuários da plataforma, considerando-os como um “termômetro” sobre a interação humana na plataforma.

Os marcos teóricos que orientaram a análise, já brevemente apresentados na seção anterior, relacionam-se aos estudos do imaginário irradiados a partir da Escola de Grenoble, com as discussões de Durand (2012), Maffesoli (1995-2012), Silva (2018) e Wunenburger (2003), trazendo as noções de vida cotidiana, imaginário e seus desdobramentos.

Justamente por considerar a complexidade desse sistema multifacetado que é o digital, buscou-se problematizar de que maneira a plataforma *TikTok* pode mobilizar conteúdos sensíveis em um ambiente caracterizado pela “lógica dos algoritmos” e pela *performance*. Então, foram mobilizadas nesta pesquisa noções referentes à modulação digital, aos algoritmos e à *performance* do “eu” presentes nos estudos de Souza, Avelino e Silveira (2018) e Sibilia (2015-2016).

A etapa seguinte foi dedicada à análise do conteúdo dos vídeos selecionados da *trend* “#15dias”. Buscou-se analisar os seguintes aspectos dos vídeos: as imagens visuais, as imagens verbais (textos e legendas) e as imagens sonoras/ musicais e compreender de que maneira esses signos promovem a conexão e a interação da experiência humana. O material analisado encontra-se anexado a esta pesquisa (disponível em APÊNDICE A – p. 33).

Também foi realizada a aplicação de um questionário (disponível em APÊNDICE B – p. 37) com a intenção trazer à luz os aspectos sensíveis mobilizados nos usuários da plataforma *TikTok*. A ideia do questionário foi identificar quais seriam os conteúdos preferencialmente selecionados pelos respondentes na plataforma, como eles entendem e se relacionam com esse tipo de conteúdo de aspecto mais sensível e se existe impacto ou não desses conteúdos em suas “bolhas” algorítmicas. O questionário foi aplicado de forma virtual, através do recurso de questionário do *Google Forms*, e distribuído através de redes sociais como *Instagram*, *Whatsapp*, em uma base de respondentes diversa, com foco em dois grupos principais: um primeiro grupo com o recorte de pessoas de dezoito a trinta anos e um segundo grupo com um recorte de pessoas respondentes de trinta e um a quarenta e cinco anos. O questionário alcançou um total de 24 respondentes.

3. Apresentação e discussão dos resultados.

3.1. A *trend*

Em uma breve descrição, o tema central da *trend* retrata, em formato de retrospectiva do tempo, e em poucos segundos (cerca de 30 segundos), a experiência de cada usuário criador durante a pandemia da Covid-19 entre os anos de 2020 e 2021 e o que aconteceu em suas vidas cotidianas nesse período de tempo que se esperava ser bem menor do que realmente foi, mesmo essa percepção do tempo podendo variar de interpretante para interpretante, de imaginário para imaginário.

O entendimento da *trend* é intrínseca às habilidades necessárias para compreensão do significado dos conteúdos disponibilizados no *TikTok*, que acabam sendo adquiridas de acordo com a rotina de utilização da plataforma e necessitam de um entendimento conjunto do contexto de todos os elementos e signos que compõem os vídeos, enquanto eles acontecem simultaneamente: a música e/ou áudio, o vídeo e recursos visuais, os textos disponibilizados em tela, além da legenda de cada vídeo.

O *TikTok* se caracteriza como uma plataforma na qual diferentes expressões artísticas se misturam. A popularidade da plataforma parece se dar, justamente, pela exposição de uma forma condensada de conteúdo, que parece emular a antiga ausência de fronteiras entre as artes: as formas visual, verbal e sonora encontram-se reunidas, misturadas e integradas em um conteúdo com um apelo forte. Os vídeos selecionados – e demais vídeos existentes da *trend* “#15dias” – se caracterizam por:

- A mesma música animada: *Timber – Pitbull feat Ke\$ha*;
- A hashtag #15dias,
- Mesmo formato de criação entre os usuários da plataforma: usuários dançando, com expressões divertidas, interagindo com o vídeo; textos na tela começando por “ERA PRA SER SÓ 15 DIAS E EU: + ícone/ emoji de vírus”;

Esses aspectos se encontram organizados de maneira a narrar os acontecimentos cotidianos mais importantes para cada usuário ao longo do período estabelecido pela pandemia de Covid-19, sendo mostrados de forma escrita, com destaque e piscando na tela – sempre no ritmo da música e com muita animação por parte do usuário criador do vídeo.

Destacam-se três características principais na observação dessa *trend*: a primeira é o fato de ser elaborada por usuários de vários lugares do Brasil trazendo em seus vídeos acontecimentos de suas vidas cotidianas durante esse período de tempo que “deveria durar apenas 15 dias”, como nascimento, casamentos, mudanças de rotina, gravidez, término de relacionamentos, desemprego, falta de dinheiro e outros marcos que permeiam a vida das

peessoas que compartilham certos imaginário social – tirando-os de um aspecto mais simples e comum e trazendo-os (de forma inconsciente ou não) para um lugar de destaque na narrativa apresentada.

Lembrando que a compreensão do que é o cotidiano é entendida segundo Maffesoli (1998, p. 159), como um lugar do orgânico, do íntimo, um lugar onde as maneiras de ser, pensar, viver; os costumes incorporados em cada indivíduo que permitem que exista uma comunidade, o social e garantem a perduração da espécie.

Nesse sentido, pode-se observar uma aparente absorção do *TikTok* pela vida cotidiana, onde os dois elementos se encontram, se mesclam e a plataforma, de alguma forma, passa integrar a vida cotidiana, assumindo um papel importante no dia a dia de seus usuários, capaz quem sabe de promover mudanças sociais. Mudanças essas, descritas na sequência desta análise, que parecem acontecer a partir do momento que, através da produção de conteúdo na plataforma, os usuários tornam-se capazes de mudar suas próprias vida cotidianas e as vidas das pessoas ao seu redor.

A segunda é que a *trend*, assim como a plataforma *TikTok* e outros vídeos/ conteúdos que lá circulam, se organizam em torno a uma *lógica de tempo*, em que os vídeos se repetem a todo instante em ciclos de tempo (*looping*) e a rapidez e urgência são inerentes à plataforma. Os vídeos compartilhados dentro da plataforma podem ter de 5 segundos a 3 minutos (testes têm sido feitos com vídeos de até 10 minutos⁶), e os usuários precisam se adaptar a esse ambiente pré-determinado pelos algoritmos e máquinas criadoras da rede.

O destaque aqui está para o fato de os vídeos da *trend* selecionada, apesar da curta duração (em torno de 30 segundos), são capazes de contar diversas histórias com maior profundidade, e essas histórias se organizam sempre em determinado ciclo de tempo – ciclo esse enfatizado pela frase em destaque nos vídeos “ERA PRA SER SÓ 15 DIAS E EU: + ícone/emoji de vírus”.

Apesar dessas histórias dos vídeos selecionados serem únicas, elas mesclam temporalidades distintas e englobam ciclos de tempo relativamente longos da vida cotidiana dos usuários, além de marcos tido como importantes pelo conjunto social durante a vida cotidiana das pessoas que compartilham desse determinado imaginário social. Perspectivas todas apresentadas em menos de um minuto.

⁶ TECMUNDO. TikTok aumenta tempo de vídeos para 10 minutos e desafia o YouTube. 2022. Disponível em: <

As características desses vídeos, tanto no que diz respeito à forma como ao conteúdo, parecem se aproximar daquilo que Gilbert Durand (2012) definiu como regime noturno do imaginário, mais especificamente, a estrutura *sintética* de sensibilidade, em que o tempo da repetição está em evidência.

E a última, é o fato de que parece existir um pertencimento e identificação fortes entre os usuários no entendimento sobre o ciclo de tempo que se vive, no caso, o tempo dos “15 dias” de *lockdown* e pandemia de *Covid-19* que acabaram se tornando um ciclo maior do que esperado, um tempo que se repete (DURAND, 2012, p. 283), assim como os vídeos na plataforma. Durante esse período de tempo, os usuários apresentam que muitas mudanças aconteceram em suas vidas cotidianas, e assim os acontecimentos cotidianos ganham relevância dentro desse contexto, saindo de um aspecto ordinário (trazendo à tona talvez até um ressurgimento de imaginários compartilhados que já se encontravam latentes e buscavam apenas espaço para que fossem expostos novamente) e assumindo um aspecto extraordinário.

A *trend* também parece estimular uma sensibilidade coletiva através da vida cotidiana (MAFFESOLI, 1995) que é percebida pela maneira como os usuários interagem e compartilham sobre estar experimentando essa mesma realidade e o mesmo ciclo temporal, onde o passado, o presente e o futuro parecem se encontrar; podemos notar isso quando olhamos para os comentários⁷ feitos por outros usuários em cada vídeo da *trend*.

Essa conexão e esse aspecto mais sensível, onde estão o afeto a emoção e o encontro da experiência humana, parece acontecer: 1- mesmo que os fragmentos e as narrativas compartilhadas obedeçam a lógica da *performance* e se tratem de recortes desses momentos marcantes da vida cotidiana recortados para exposição na rede; 2- e mesmo que os conteúdos sejam entregues apenas para a parcela de usuários que a plataforma, por meio da modulação causada por seus algoritmos, entenda como relevante para receber esse determinado tipo de conteúdo. Aparentemente, não invalidando o ressurgimento de imaginários compartilhados que já estavam latentes entre essas pessoas impactadas pela *trend* dentro da plataforma; nem desconsiderando a modulação sofrida pelos usuários criadores e usuários consumidores que propiciou o surgimento de um possível imaginário “novo” através da lógica da criação de bolhas (PARISIER, 2012)⁸ por essa modulação.

⁷ Comentários disponíveis no item APÊNDICE C deste trabalho.

⁸ PARISIER, Eli. O filtro invisível: O que a Internet está escondendo de você. Editora Zahar. Rio de Janeiro, 2001.

Mesmo nesse contexto, as narrativas contadas nos vídeos selecionados para análise, aparentam ser histórias que engajam e deixam os outros usuários na expectativa de mais informações, mais detalhes sobre aquela história.

3.2. O que nos contam os vídeos selecionados

Para fim do entendimento da relação da *trend* aqui analisada, cujas imagens parecem se alinhar ao que Durand (2012) caracteriza como regime noturno e estruturas sintéticas/dramáticas de sensibilidade – neste caso, marcada pelos ciclos de tempo da vida cotidiana –, foi realizada uma leitura da música presente na *trend*, e sobre cada vídeo selecionado para ser analisado e seus próprios tempos.

3.2.1. O tempo rítmico – a música “*Timber*” de *Ke\$ha* e *PitBull*

Abaixo temos o trecho da música “*Timber*” de *Ke\$ha* e *PitBull* que integra a *trend* #15dias:

Trecho da letra original (Idioma: Inglês)	Tradução (Idioma: Português)
Swing your partner round and round	Faça seu parceiro girar e girar
End of the night , it's going down	Fim da noite , está caindo
One more shot, another round	Mais uma dose, outra rodada
End of the night , it's going down	Fim da noite , está caindo
Swing your partner round and round	Faça seu parceiro girar e girar
End of the night , it's going down	Fim da noite , está caindo (oh-oh-oh)
One more shot, another round	Mais uma dose, outra rodada
End of the night , it's going down	Fim da noite , está caindo
It's going down, I'm yelling timber	Está caindo, estou gritando madeira
You better move, you better dance	É melhor você se mexer, é melhor você dançar
Let's make a night, you won't remember	Vamos fazer uma noite que você não vai se lembrar
I'll be the one, you won't forget	Eu serei aquela que você não esquecerá

Nesta letra, destacam-se vários elementos que remetem as estruturas sintéticas/ cíclicas do imaginário.

A primeira delas é que o tema da música diz respeito a um *ciclo de tempo* que parece ser um período de uma festa que está para se encerrar, em que mais de uma pessoa está aproveitando o momento. Esse momento parece se tornar, ao longo da letra, um momento que se repete, exaltando a repetição do tempo descrita por Durand (2012) como característica das estruturas sintéticas. Nota-se a presença repetitiva de expressões como “girar e girar”, “rodada” que remetem a ideia ciclo, círculo, circuito. Outra presença importante é a da palavra “dança”

que remete também a estrutura sintética do imaginário, o corpo humano em movimento, o movimento cíclico.

Também é possível observar, na última dupla de versos do trecho, a existência de uma contrariedade: “Vamos fazer uma noite que você não vai se lembrar | Eu serei aquela que você não esquecerá” – O jogo de contrários criado pelas palavras “lembrar” e “esquecer”, a ambiguidade da narrativa evocada por “você não vai se lembrar” seguido por “você não esquecerá” – também parece reforçar a ideia de ciclicidade nos termos de Durand (2012).

Essas características parecem estar em diálogo com os ciclos do tempo das vidas cotidianas performadas nos vídeos em análise.

Pode-se sugerir que a escolha dessa música “*Timber*” para essa *trend* reforça os aspectos comentados anteriormente, evidenciando a pregnância do imaginário nas diferentes formas de expressão humana. Ou talvez que essa escolha foi uma feliz coincidência ou uma aleatoriedade admirável.

3.2.2. O tempo evolucionar - Vídeo da influenciadora digital Virgínia Fonseca (@virginiafonseca no TikTok)

Esse vídeo foi feito pela influenciadora digital Virgínia Fonseca a qual tem bastante visibilidade na plataforma já tendo ultrapassado a marca de 30 milhões de seguidores apenas no seu perfil no *TikTok*⁹.

No vídeo, ela aparece em frente à mesa do aniversário de dois anos da sua filha – fazendo a sua própria retrospectiva do período da pandemia, desde o término de um antigo namoro, até o novo namoro, gravidez, casamento, conquistas profissionais, a repercussão da influenciadora no próprio *TikTok*.

Chegando até o aniversário de dois anos da filha que simbolicamente representa todas essas mudanças na vida cotidiana da influenciadora, em um *ciclo de tempo* que marca conquistas da Virgínia. Conquistas que podem ser observadas como imposições de um dado imaginário social tidas como indispensáveis para se alcançar um modelo de vida “ideal”, a vida cobiçada pelos participantes desse imaginário. Por isso, a denominação escolhida para esse vídeo foi de “o tempo evolutivo”, porque ele apresenta um ciclo de tempo que se repete (DURAND, 2012). No caso, o tempo da pandemia que não terminou em 15 dias e seguiu se repetindo, avançando, e apesar de quaisquer contratempos, conquista se multiplicam como se

⁹ Informação encontrada no perfil oficial da influenciadora Virgínia. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@virginiafonseca?lang=pt-BR>>. Acesso em: Abr 2022.

estivessem se reproduzindo e perpetuando aquela realidade – característica das estruturas sintéticas/ cíclicas.

Quando os comentários e as perguntas referentes a esse vídeo são avaliados, nota-se muitas pessoas comentando que a filha da Virgínia nasceu em “15 dias” e que gostariam que essas realizações acontecessem na vida delas também. Também é possível observar uma determinada insatisfação de quem assiste a Virgínia como mulher teoricamente privilegiada realizando todas essas conquistas em um ciclo de tempo que, justamente por ser tão longo, foi extremamente difícil para a maioria das pessoas – que também vivem sob as imposições deste imaginário.

O que salta “aos olhos” desta pesquisa, é o fato de que, de forma boa ou ruim para cada usuário, esse vídeo explicita um imaginário cheio de realizações que de algum modo influenciam o dia a dia da vida cotidiana, tanto da Virgínia quanto de outros usuários da plataforma.

3.2.3. O tempo do renascimento – Vídeo da influenciadora digital Açucena Guirra (@succs.s no *TikTok*)

Esse vídeo é de uma “nova influenciadora” (nomeclatura dada aqui as pessoas que se tornaram influenciadoras por conta do *TikTok*) chamada Açucena que já tem acumula mais de 10 milhões de seguidores na plataforma¹⁰. Açucena viralizou e ficou famosa no *TikTok* com um vídeo que mostra como ela adotou um bode e fez com que ele se tornasse parte de sua família,

Em sua retrospectiva da *trend* #15dias, ela conta exatamente como viralizou no *TikTok* e, a partir disso, alcançou inúmeras das chamadas “pequenas grandes conquistas pessoais”, mesmo as que parecem banais, em sua vida cotidiana.

Ela passa desde o fato de ter adotado um bode até como isso mudou completamente sua vida. O que para pessoas que não compartilham do seu imaginário pode soar estranho, mas para quem está próximo e compartilhando a realidade da influenciadora, é normal, um fato da vida cotidiana. Aspecto inerente a cultura e as imagens que formam o imaginário que ela está inserida (Wunenburger, 2007) como moradora de uma pequena cidade do interior do nordeste.

Fato que é trazido aqui para explicitar a razão que levou a esse título de “o tempo de renascimento”: no vídeo, Açucena, ao mesmo tempo que explicita uma exaltação da cultura e costumes nas quais ela está inserida, traz toda uma narrativa de tempo da mudança total de sua

¹⁰ Informação encontrada no perfil oficial da influenciadora Açucena. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@succs.s?lang=pt-BR>>. Acesso em: Abr 2022.

vida cotidiana, da conquista, da batalha para alcançar esse novo lugar, que só se fez possível graças ao mergulho ao fundo do que sua cultura e seu imaginários tem de mais basal, mesmo que de maneira espetacularizada para a rede. Um *ciclo de tempo* que perpassa pela volta as raízes, a batalha na plataforma para crescer, a ascensão e o encontro novamente com as raízes.

O renascimento de Açucena onde, não ironicamente, mesmo em um ambiente permeado por algoritmos e a modulação do *TikTok*, a conexão humana foi possível a partir dos conteúdos dela, e onde sua vida cotidiana parece passar a ser permeada pela plataforma: onde o real, no sentido de o que está fora do virtual, se funde a um pressuposto imaginário virtual compartilhado na plataforma a partir do momento que o *TikTok* passa a integrar a vida cotidiana de Açucena.

Quando avaliados os comentários desse vídeo, nota-se que alguns deles mostram a identificação das pessoas com a influenciadora, através de comentários de parabenização por sua trajetória, pessoas mostrando que a acompanharam desde o início e se identificam a ponto de ficarem felizes por Açucena. Também é possível notar pessoas que retratam o que não fizeram nesse período, explicitando como o cotidiano pode ser diferente para cada pessoa, o que mostra um possível choque de imaginários entre as pessoas que receberam esse vídeo pela plataforma.

Quando analisamos o questionário aplicado, encontra-se um aspecto de estranheza com esse imaginário evocado por Açucena, provavelmente, por conta das diferenças regionais dos respondentes do questionário e da influenciadora. Diferenças explicitados nos comentários a seguir na pergunta sobre o vídeo de Açucena: “acho que eu curtiria os dois, mas compartilharia mais o segundo video porque acho que existem mais chances de alguém achar *relatable* (relacionável). O primeiro video é muito específico, tipo ninguém vai olhar e falar "total eu também"kkk”, “Mesmo sendo meio bizarro a pessoa ficar famosa por causa de um bode, achei legal que ela e toda a família tiveram a oportunidade de mudar de vida [...]”.

O que chama atenção neste vídeo é o fato de que a vida cotidiana parece fortalecer imaginários a ponto de extrapolar a experiência humana na plataforma *TikTok* e mudar a vida de algumas pessoas, como Açucena – que através de sua vida real e das imagens que conhece, alcançou inúmeros outros conjuntos de imagens, se firmou como uma produtora de conteúdo relevante na plataforma *TikTok* e mudou sua vida e seu entorno.

O que traz a tona o imaginário de superação citado anteriormente e reforça a ideia de que a plataforma, de certa forma, poderia estar provendo mudanças sociais.

3.2.4. O tempo biológico – Vídeo da “Mini” influenciadora digital Flávia Louise (@flavinhalouise no *TikTok*)

Esse vídeo faz parte do perfil da pequena “nova influenciadora” digital Flávia. Atualmente, a Flávia está com 2 anos e já acumula mais de 10 milhões de seguidores na plataforma¹¹.

No vídeo, Flávia “mostra” como durante “os 15 dias” que iriam durar a pandemia ela nasceu, exatamente, nasceu - e ao longo do seu crescimento durante o período da pandemia, vivenciou experiências novas com várias primeiras vezes acontecendo em sua vida, o que fica claro pelo trecho do vídeo onde ela come um limão.

Esse vídeo recebe o nome de “o tempo biológico” porque o que é mostrado no vídeo é um ciclo de tempo que define exatamente o tempo do corpo humano, um tempo de crescimento e renovação da vida, de um ciclo entendido pelo imaginário que a sociedade está inserida como um “tempo natural”, enquanto ao redor do mundo a realidade era completamente diferente devido a pandemia de Covid-19. Um tempo esse que faz parte da vida cotidiana dessas pessoas, vida cotidiana que agora já nasce e surge completamente atravessada e mobilizada pelo encontro com a plataforma *TikTok*.

Importante pensar também que a vida cotidiana da criança, suas primeiras experiências e afetos, já parece estar sendo performada na rede a partir do momento em que ela nasce conforme fragmentos de sua intimidade estão sendo compartilhados e espetacularizados: é uma intimidade que já nasce a mostra para o mundo, evocando talvez a ideia de *extimidade* (Sibilia, 2016).

Mas esse vídeo é interessante por sua ambiguidade: a mobilização de uma nova vida quase que inteiramente através da performance e acaba por mobilizar o encontro da experiência humana a partir do momento que compartilha um imaginário onde muitas pessoas estão inseridas: esse momento das primeiras experiências e do nascimento e crescimento de um ser humano. Ciclo constituinte das estruturas sintéticas/ cíclicas do imaginário por seu aspecto de crescimento e o tempo do corpo humano, mas também dentro das estruturas místicas, a partir do momento que a pequena Flávia é apresentada desde a sua gestação na interioridade de seu lar, com a proteção de sua família e em espaços delimitados.

Quando os comentários são investigados, observa-se muitas pessoas parabenizando a pequena Flávia pelas conquistas e novas experiências mostradas no vídeo e também pela

¹¹ Informação encontrada no perfil oficial da mini influenciadora Flávia Louise. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@flavinhalouise>>. Acesso em: Abr. 2022

quantidade de novos seguidores. Algumas outras tem a percepção de que a pequena Flávia nasceu no ciclo de tempo marcado pela pandemia e já tem tanta repercussão. Porém, a pequena aparenta provocar mais um sentimento de empatia e cuidado do que de identificação, já que aqui percebemos um menor compartilhamento de histórias.

Ao mesmo tempo, através das respostas do questionário aplicado e da pergunta específica sobre o vídeo da Flavinha (pergunta 13), percebeu-se um repúdio, por parte dos respondentes, a superexposição da pequena que teve seu ainda tão curto ciclo de vida, todo o seu tempo biológico, atravessado pelos algoritmos do *TikTok*, pela espetacularização da sua vida comum.

3.2.5. O tempo da contrariedade – Vídeo dos influenciadores digitais “Casal Tóxico” – Monick Werneck e Márcio Meganni (@casaltoxico no *TikTok*)

Esse vídeo é de um perfil de um casal que se autointitula “Casal tóxico” que fazem vídeo de comédia no *TikTok*. Monick e Márcio já ultrapassaram os 6 milhões de seguidores na plataforma¹².

O primeiro aspecto que chama atenção nesse caso e que motivou o título aqui atribuído de “o tempo da contrariedade” foi o fato de primeiro se tratar de um casal que se autointitula tóxico.

A definição da palavra “casal” no dicionário é de “casal formado pelos cônjuges”, “conjunto de duas pessoas que têm uma relação sentimental e/ ou sexual”, “conjunto formado por duas coisas iguais ou semelhantes”¹³, e no imaginário do que é ser um casal, pressupõe-se que as pessoas que formam um casal queiram ficar juntos e tenham uma relação de amor e/ou carinho estabelecida.

Ao olhar para o “Casal Tóxico” é observado um casal, conforme definição apresentada acima de acordo com o dicionário como “conjunto de duas pessoas que têm uma relação sentimental e/ ou sexual”, que segue sendo um casal, um duplo, porém que aparentemente se repele, se choca, onde há um encontro de contrários, que também são iguais; também explicitando elementos pertencentes as estruturas sintéticas do imaginário (Durand, 2012), já que eles não são apenas um casal e não apenas tóxicos um para o outro, há um jogo e alternância dessas narrativas ao longo do tempo e uma organização desses dois corpos em torno dessa dualidade.

¹² Informação encontrada no perfil oficial do Casal Tóxico. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@casaltoxico>>. Acesso em: Abr. 2022

¹³ CASAL. In: Priberam Dicionário. Priberam Informática, S.A., 2021. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/imagem>>. Acesso em 07 de abr. 2022.

No vídeo, de forma divertida, eles trazem aspectos da vida cotidiana inerentes a muitas brasileiras e brasileiros durante o período da pandemia de Covid-19. Aspectos esses relacionados ao desemprego, o fato de quase passar fome (segundo o IBGE, foram cerca de 14 milhões de novos desempregados durante a pandemia), as realidades de ansiedade e depressão, e como, depois de tudo isso, mesmo que performando de certa maneira essa realidade, eles viralizaram no *TikTok* e a vida deles mudou.

Também trazendo aqui um aspecto entrelaçamento do cotidiano do casal com a viralização e rotina relacionada ao *TikTok*, onde a plataforma, ao virar parte do cotidiano dos dois, parece atingir um lugar de agente social de mudanças na vida desses indivíduos. Destacando um aspecto contraditório também para a plataforma que, apesar de seus próprios interesses comerciais e usar seus algoritmos para atingi-los, ganha um lado positivista e até de certa esperança.

Quando se observa os comentários, é encontrado um fenômeno interessante, as pessoas não comentaram o vídeo, a maioria das menções recebidas no vídeo foram mensagens de parabenização ao casal ou que buscavam entender onde encontrar essa “fórmula mágica” para a mudança. O que não exatamente significa que os usuários impactados por esse vídeo não se identificaram, já que ao olhar o número de compartilhamentos do vídeo (5,4 mil compartilhamentos) é encontrado um número expressivo, o que pode indicar que os usuários gostaram do conteúdo e levaram para mais pessoas.

3.2.6. O tempo de transformação - Vídeo da influenciadora digital Luiza Parente (@luizaparente no *TikTok*)

Esse vídeo é da “nova” influenciadora Luiza Parente que já acumula cerca de 8 milhões de seguidores na plataforma¹⁴.

O vídeo se faz interessante por conta da mistura dos aspectos da vida cotidiana da influenciadora, onde os aspectos cotidianos também se fundem aos aspectos relacionados ao digital e a plataforma *TikTok*, e onde existe uma centralização em torno de um único ser, o *eu*, performado na rede pela influenciadora.

Um *eu* que espetaculariza e é apresentado pela própria criadora como um *eu* em um ciclo de tempo de transformação onde acontecem mudanças em seu corpo, em sua vida financeira, em sua vida amorosa, em sua sexualidade e em sua carreira; mudanças que

¹⁴ Informação encontrada no perfil oficial do Casal Tóxico. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@luizaparente>>. Acesso em: Abr. 2022

acontecem e estão centradas em torno do seu aspecto “feminino” e parecem romper com um imaginário pressuposto do que é certo ou errado para a vida de uma mulher.

Por isso, este vídeo recebe aqui o título de “o tempo da transformação”, pois no ciclo de tempo apresentado pela influenciadora, ela parece sofrer uma “metamorfose” e sair de seu próprio casulo para encontrar o seu verdadeiro *eu*, aceitar a suas qualidades e defeitos, e seguir em movimento – Luiza é um corpo em movimento onde ocorrem mudanças em sua vida cotidiana.

Quando os comentários desse vídeo são observados, nota-se muitas pessoas também compartilhando que não fizeram muitas atividades no mesmo ciclo de tempo representado pela pandemia, e muitas pessoas curiosas e engajadas querendo saber com quem a influenciadora está namorando, como fez para que acontecessem todas essas mudanças e muito mais. Foram mais de oito mil comentários nesse vídeo, o que pode nos mostrar a força das narrativas da vida cotidiana no engajamento e conexão humanas nas redes.

3.2.7. E as pessoas “fora” da rede? – Questionário aplicado

A fim de trazer o aspecto humano e levar hipóteses sobre a análise aqui sugerida, um questionário foi aplicado para uma base de 24 respondentes. Todas as perguntas pensadas para este questionário e todas as respostas obtidas estão disponíveis nos apêndices deste trabalho (p. 37 a 40)

Para registro as características gerais da base são de: 75% mulheres respondentes e 25% de homens respondentes; 67% com idade entre 18-24 anos, 25% de 25-35 anos e 8,3% de 36-45 anos; 62,5% dos respondentes tinham Ensino Superior Completo, 16,7% - Ensino Médio Completo e 12,5% - Pós-Graduação/ Especialização completa. Respondentes majoritariamente do estado de São Paulo – Brasil, o que parece explicitar um determinado imaginário em algumas respostas.

Quando perguntados sobre frequência, 50% dos respondentes afirmaram utilizar a plataforma todos os dias, enquanto 21,2% afirmaram utilizar de uma a duas vezes na semana e 12,5% de uma a duas vezes no mês; 45,8% afirmaram passar de uma a duas horas por dia no TikTok, enquanto 37,5% afirmaram utilizar por menos de 1 hora – hábitos de utilização esses que podem mostrar como estudar os fenômenos que acontecem no *TikTok* é uma tarefa importante, já que boa parte das pessoas estão engajadas na plataforma.

Uma informação importante identificada nas respostas foi a de que todas as pessoas respondentes são conhecedoras da plataforma *TikTok* e tem algum tipo de relação com ela.

Outra é que quando perguntadas sobre o que é a plataforma (pergunta 2 do questionário), as definições encontradas foram a plataforma como: 1- rede social, 2- um lugar para entretenimento, diversão e descanso (um tempo da recreação e do descanso), 3- “a rede com o melhor algoritmo” ou “rede social ótima para bombar”. O destaque dessas respostas está para a aparente consciência de alguns dos usuários respondentes para a lógica da operação do *TikTok* que é um ambiente com a presença de algoritmos e a ideia de que, para eles, esses algoritmos são melhores do que os algoritmos de outras plataformas/ redes sociais pelos conteúdos relevantes que entregam para eles na “*For You*”/ “Pra você” (*feed* do *TikTok*).

Seguindo o mesmo raciocínio, um respondente comentou que o *TikTok* “é uma rede social que deveria ser melhor controlada”, o que também supõe o entendimento de parte dos usuários para as lógicas das plataformas e a problemática em torno da modulação da realidade que seus algoritmos oferecem em prol do capital.

Porém, essa avaliação aparentemente não se sobrepõe a realidade das respostas das pessoas que acreditam que o *TikTok* é uma espécie de refúgio, lugar para diversão, entretenimento e descanso das outras redes sociais.

Também foram disponibilizadas perguntas de respostas estimuladas, onde se poderia escolher mais de uma opção de resposta, sobre quais os principais conteúdos que os respondentes consumiam na plataforma (pergunta 6), quais os conteúdos com os quais mais interagem (pergunta 7) e quais conteúdos seriam pulados se passassem por suas “*For You*”/ “Pra você (*feed* do *TikTok*)” (pergunta 8). 79,2% dos respondentes disseram procurar (pergunta 5), conteúdos relacionados a “coisas/ hábitos/ que as pessoas têm em casa e você também tem” e outros 79,2% conteúdos relacionados a “acontecimentos da vida real”; 66,7% dos respondentes afirmaram buscar “vídeos de comédia” e 62,5% afirmaram buscar “vídeos de bichos”.

Ao olhar as respostas dadas a pergunta sobre qual tema os motivava a interagir com um vídeo, 66,7% dos respondentes disseram que os “acontecimentos da vida real”, 58,3% afirmaram que os “vídeos de comédia” e 50% afirmaram que os vídeos de “coisas/ hábitos/ que as pessoas têm em casa e você também tem”.

Ao analisar as respostas, chegou-se a uma hipótese: As pessoas tendem a interagir com os vídeos que têm um conteúdo que elas já estão pré-dispostas a consumir, elas parecem buscar o que já conhecem; se comparadas as respostas de o que os respondentes procuram na plataforma e o que os fazem interagir com o vídeo, nota-se certo padrão: aparentemente, eles só interagem com o que já buscavam ver.

Realizando uma análise ainda mais profunda e comparando os conteúdos que eles “não veriam e passariam para o próximo” com os conteúdos com que eles interagem, vê-se que vídeos julgados como “forçados”, “não reais”, muito longos e como vídeos de dança (vídeos que talvez não tragam nenhuma informação a mais do que a dança) são pulados. Ou seja, pode-se dizer que, vídeos que evocam ou fazem parte do imaginário compartilhado pelo usuário em questão têm uma aderência maior com ele.

E, nesse processo, vem luz a modulação que foi apresentada anteriormente neste trabalho, à medida que os algoritmos do *TikTok* trabalham para reter o usuário na plataforma com seus algoritmos que parecem ser poderosos na identificação do padrão de comportamento desse determinado imaginário do qual o usuário faz parte, o usuário é mantido ali na “bolha” de conteúdo e de tempo que o interessa. Isso faz com que mesmo que os algoritmos tenham seus impactos notados pelos usuários, eles não sejam tratados como algo ruim, nem como algo que invalide a experiência humana dentro da plataforma pelos usuários.

Essa relação usuário-algoritmos fica mais nítida quando comparadas as respostas das perguntas 9 e 10 que foram “o que aparece na sua “*For You*”/ “Pra você (*feed* do *TikTok*)” (pergunta estimulada de múltipla escolha) e “qual das opções abaixo você gosta mais de assistir?” (pergunta estimulada de resposta única), onde as mesmas opções de respostas foram dadas pelos respondentes: Aqui a maioria das respostas, nas duas perguntas, foram que o que mais aparece e o o que eles mais gostam são “coisas/ hábitos/ que as pessoas têm em casa e você também tem” e “vídeos de comédia”; variando apenas a ordem de qual item foi mais escolhido de primeiro e segundo lugar entre os respondentes.

A partir dessas duas respostas também se pode pensar que os vídeos com temáticas de hábitos e costumes, que de certa forma se assemelham a vida cotidiana, têm aceitabilidade pelos respondentes, o que pode exibir certa importância do aspecto sensível, da conexão da experiência humana entre os usuários da plataforma. Mesmo que esses fragmentos da vida cotidiana estejam sendo performados e a experiência humana esteja, em certo grau, sendo modulada.

Um último aspecto que é importante destacar aqui, é que, através das respostas dos usuários das perguntas 13 e 16 que são as perguntas referentes ao vídeo da “mini influenciadora” Flávia e pergunta sobre a opinião sobre a viralização dos vídeos que têm temas relacionados a vida real e cotidianas, se vê surgir um retorno a dualidade investigada por esta pesquisa. Parte dos respondentes repudiaram a superexposição da pequena influenciadora Flávia que teve seu ainda tão curto ciclo de vida, todo o seu tempo biológico, atravessado pelos

algoritmos do *TikTok*, pela espetacularização da sua vida comum. E, ao mesmo tempo, a maioria concordou que os vídeos que têm como seus temas centrais as vidas cotidianas, mesmo que performadas para a plataforma, podem ser mais viralizáveis sim, porque geram identificação, pertencimento, conexão, interesse, familiaridade, uma sensação de que existe algo em comum e de que não se está sozinho (expressões todas utilizadas pelos respondentes do questionário aplicado).

4. Considerações Finais

Um paralelo pode ser traçado com o *TikTok* e a *trend* #15dias aqui analisada, quando, a partir dos vídeos temáticos sobre a vida cotidiana performada na rede que são criados em poucos segundos (em torno de 30 segundos), tornam visível (através dos algoritmos e com modulação) aquilo que, apesar de performado, já era real e gera conexão; uma conexão que pode ser potencializada pelo aspecto *sintético-cíclico* de um dado imaginário social que traz marcações, grandes acontecimentos, “*big events*” que são pressupostos a acontecer em momentos específicos da vida cotidiana dos indivíduos.

Também a partir das reflexões realizadas neste trabalho sobre a vida cotidiana, o imaginário, a lógica e possibilidade de performance e espetacularização do *eu* e a relação dos conceitos com a *trend* “#15dias” e seus cinco vídeos selecionados, pode-se pensar sobre:

- A existência de uma força dos conteúdos com temas relacionados a vida cotidiana permeada pelo fator do tempo na criação da conexão humana nas plataformas;
- O possível ressurgimento de imaginários que já estavam latentes e, até mesmo, no surgimento de imaginários inerentes a plataforma e a experiência de seus usuários nessas plataformas, a partir do momento que dentro dela ocorre o encontro de inúmeros imaginários individuais, sociais e culturais;
- A não invalidação de toda a experiência humana nesse ambiente, apesar da modulação e da presença de algoritmos;
- E na plataforma, apesar de seus objetivos próprios, assumindo um papel de agente da mudança social, a partir do compartilhamento de narrativas tidas como reais que acabam por provocar mudanças na vida dos indivíduos. Onde o ordinário, se torna extraordinário, assumindo um papel de destaque na história dos indivíduos.

O principal fato aqui observado é que a plataforma *TikTok* está mobilizando muitas pessoas para dentro de si, pessoas essas que aparentemente têm força para ressignificar a rede

e transgredir a lógica da plataforma focada no capital quando, através dos conteúdos criados e do compartilhamento de experiência cotidianas e humanas, essas inúmeras pessoas se conectam, e inúmeros imaginários são estimulados e compartilhados.

Será que a plataforma *TikTok* tem clareza da força dos fenômenos iniciados através da vida cotidiana e faz uso disso para seus interesses? Será que isso seria de todo ruim?

Como considerações finais, sugere-se que se faz de suma importância para a sociedade estar de prontidão, observar, refletir, debater e questionar os caminhos tomados pela experiência humana, agora permeada pelo digital e suas plataformas; sabendo que mesmo em ambientes onde se pressupõe que não existe espaço para o encontro, existe sim um fator comum, um imaginário basal comum que abre caminhos para o afeto e para o que faz das pessoas seres humanos.

5. Referências bibliográficas

CHIES, Luiza; REBS, Rebeca Recuero. **Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no TikTok**. Revista da FUNDARTE. Montenegro, p.01- 19, ano 21, nº 44, janeiro/março de 2021. Disponível em: <http://seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/revistadafundarte/index>. Acesso em: 07 ago. 2021.

CLOUDFARE. **In 2021, the Internet went for TikTok, space and beyond**. 2021. Disponível em: <https://blog.cloudflare.com/popular-domains-year-in-review-2021/>. Acesso em 28 jan. 2022.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo. Livraria Martins Fontes Editora Ltda, 2012.

FORBES. **TikTok toma o lugar do Google e é o site mais visitado em 2021**. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/12/tiktok-toma-o-lugar-do-google-e-e-o-site-mais-visitado-em-2021/>. Acesso em 12 jan. 2022.

G1. **Brasileiros são os que passam mais tempo por dia no celular, diz levantamento**. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/01/12/brasileiros-sao-os-que-passam-mais-tempo-por-dia-no-celular-diz-levantamento.ghtml>. Acesso em 12 jan. 2022.

IBGE. **PNAD Contínua TIC 2019: internet chega a 82,7% dos domicílios do país**. 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais>. Acesso em: 28 jan. 2022.

IBGE. PNAD Contínua. **Desemprego fica em 14,1% no trimestre encerrado em novembro**. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29935-desemprego-fica-em-14-1-no-trimestre-encerrado-em-novembro>. Acesso em: Mar. 2022

IMAGEM. Priberam Dicionário. Priberam Informática, S.A., 2021. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/imagem> . Acesso em 05 de abr. 2022.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam; tradução Patrícia Arnaud. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo. Aleph, 2014.

KARHAWI, Issaaf. **De Blogueira a Influenciadora: Etapas da profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre. Artes e Ofícios Ed, 1995.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da Razão Sensível**. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2ª ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1998

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo Retorna: Formas elementares da pós-modernidade**. 1ª ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2012.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. Summus Editorial, 2003.

O'NEIL, Cathy; tradução Rafael Abraham. **Algoritmos de destruição de massa: Como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia**. 1ª ed. Santo André - SP. Editora Rua do Sabão, 2020.

PARISIÉR, Eli. **O filtro invisível: O que a Internet está escondendo de você**. Editora Zahar. Rio de Janeiro, 2001.

PITTA, Danielle Perin Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Duran**. 1ª edição. Rio de Janeiro. Atlântica Editora, 2005.

SIBILIA, Paula. **Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível**. Revista Fronteiras – Estudos midiáticos. Unisinos, XVII, n. 3, p. 353-364, set./dez - 2015.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do Imaginário**. 11º Colóquio Interinstitucional sobre Imaginário, Cultura e Educação do 1º de Comunicação.

SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. **A sociedade de controle: Manipulação e modulação nas redes sociais**. 1ª ed. Editora Hedra, 2018.

SUPERINTERESSANTE. **Como nasceu o TikTok, plataforma preferida dos adolescentes**. 2019. Disponível em:

<<https://super.abril.com.br/tecnologia/entenda-o-que-e-o-tiktok-que-superou-o-facebook-entre-adolescentes/>>. Acesso em 12 jan. 2022.

TECMUNDO. **TikTok aumenta tempo de vídeos para 10 minutos e desafia o YouTube**. 2022. Disponível em: <

TECNOBLOG. **O que é TikTok?**. 2019. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-tiktok/#:~:text=O%20TikTok%20surgiu%20em%202014,um%20aplicativo%20parecido%2C%20chamado%20Douyin.>>. Acesso em: 12 jan. 2022.

TIKTOK. **TikTok For Business**. Disponível em: <https://www.tiktok.com/business/ptBR>. Acesso em: 07 ago. 2021.

TIKTOK. **Relatório de Transparência H2 2020 do TikTok**. 2021. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/relatorio-de-transparencia-h-2-2020-do-tiktok>. Acesso: 07 ago. 2021.

TIKTOK. **Estudo mostra que TikTok é a plataforma que as pessoas buscam para “levantar o ânimo” e um espaço de descoberta para novos produtos e marcas**. 2021. Disponível em: <<https://newsroom.tiktok.com/pt-br/estudo-mostra-quetiktok-e-a-plataforma-que-as-pessoas-buscam-para-levantar-o-animo>>. Acesso em: 07 ago. 2021.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O Imaginário**. São Paulo – SP. Edições Loyola, 2007.

PEW RESEARCH CENTER. *Defining generations: **Where Millennials end and Generation Z begins***. Washington, DC. 2019. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>> Acesso em: 20 jan. 2022.

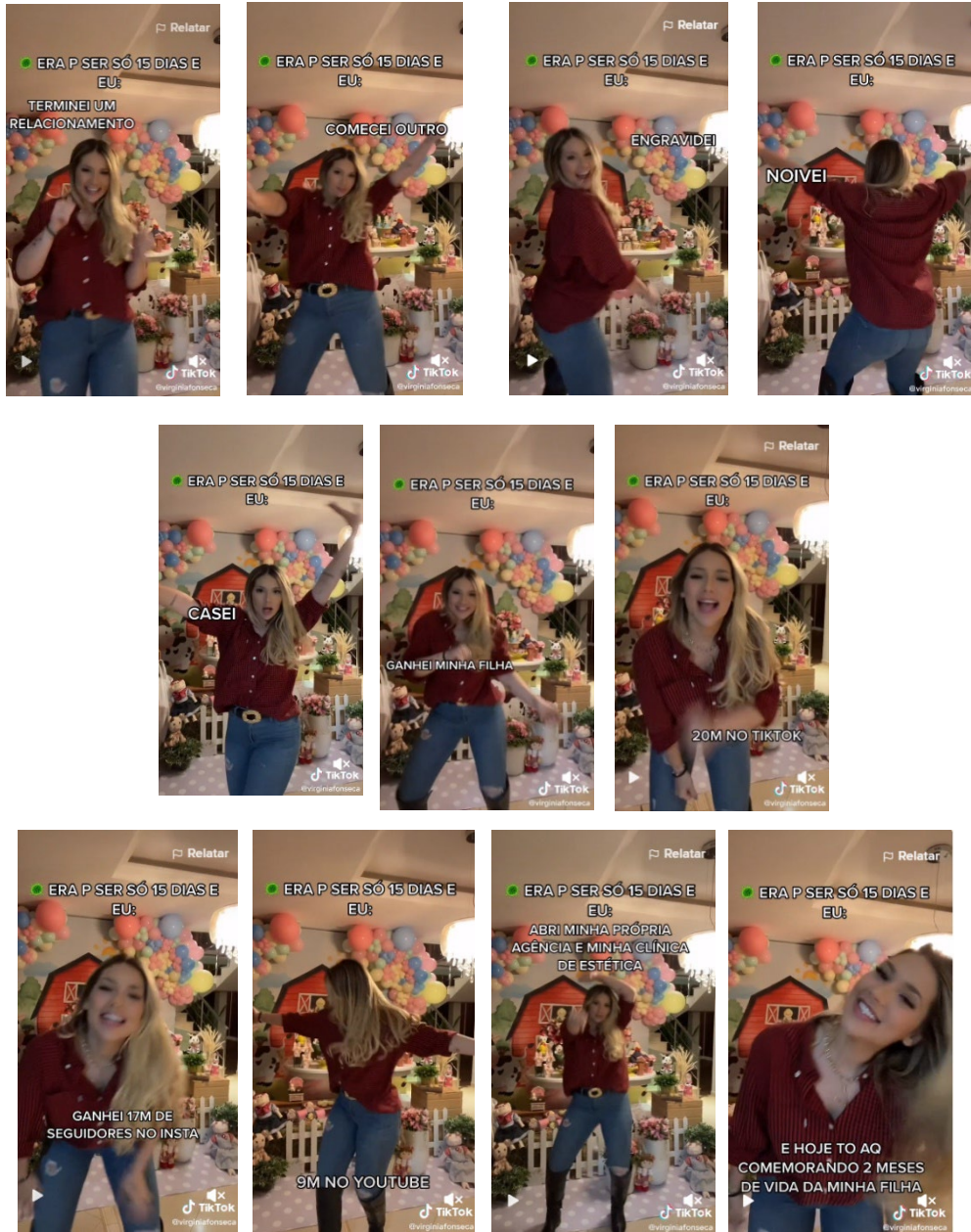
6. Apêndices

6.1. APÊNDICE A - Imagens/ prints e links dos vídeos selecionados nas *trends*

6.1.1. Vídeo 1 – Influenciadora digital Virgínia (@virginiafonseca no *TikTok*)

Link para o vídeo no TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZMRV2B8wj/>

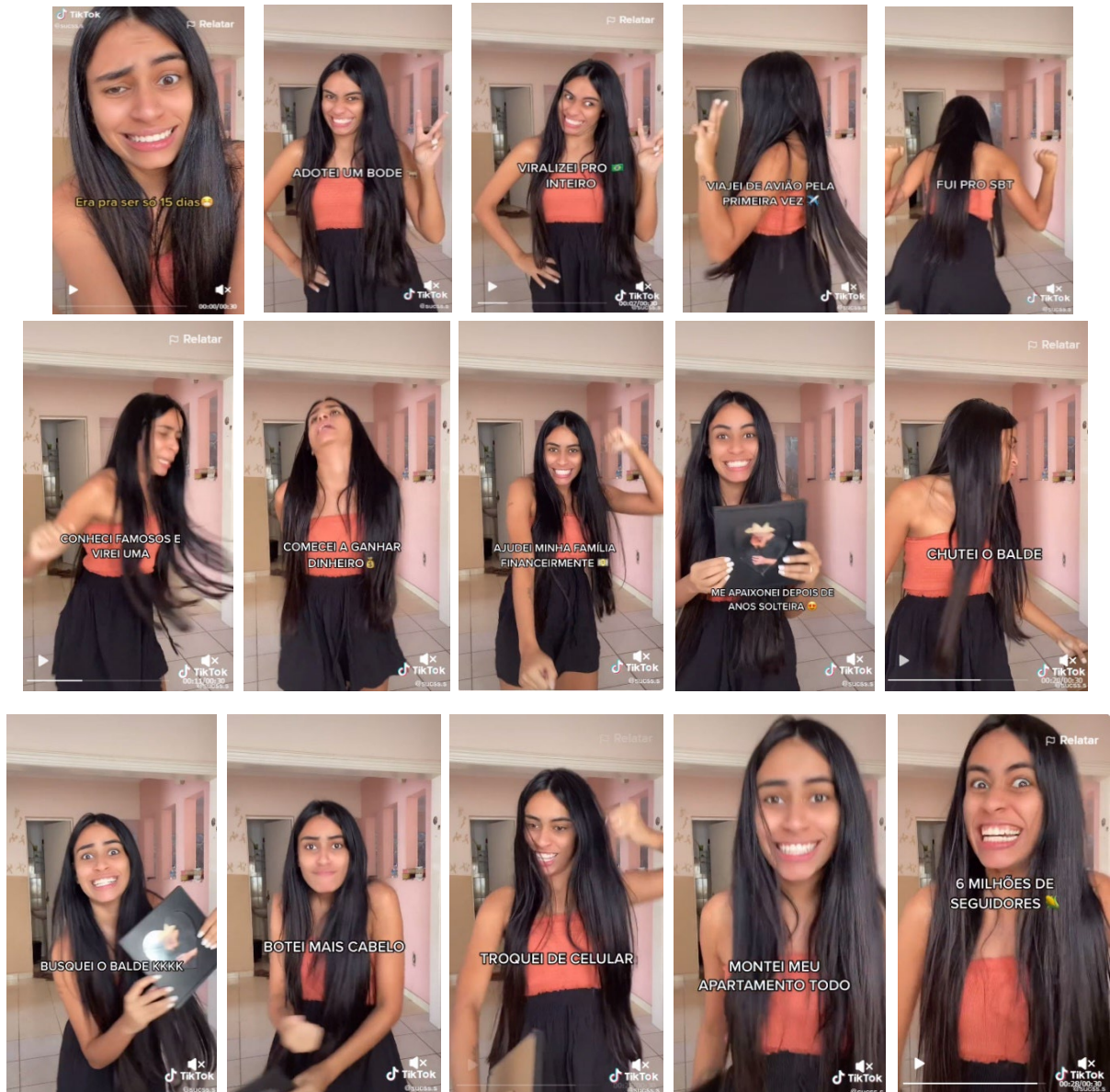
Link para o vídeo no Google Drive, caso necessário: [AUDIO-Timber-hashtag-15-dias-VIDEO-1.mp4](#)



6.1.2. Vídeo 2 - Influenciadora digital Açucena Guirra (@sucess.s no TikTok)

Link para o vídeo no TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZMRV2fBBo/>

Link para o vídeo no Google Drive, caso necessário: [AUDIO-Timber-hashtag-15-dias-VIDEO-2](#)



6.1.3. Vídeo 3 - “Mini” influenciadora digital Flavinha Louise (@flavinhalouise no TikTok)

Link para o vídeo no TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZMRV22Ppq/>

Link para o vídeo no Google Drive, caso necessário: [AUDIO-Timber-hashtag-15-dias-VIDEO-3](#)



6.1.4. Vídeo 4 - Influenciadores digitais “Casal Tóxico” – Monick Werneck e Márcio Meganni (@casaltoxico no TikTok)

Link para o vídeo no TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZMRV2LT5L/>

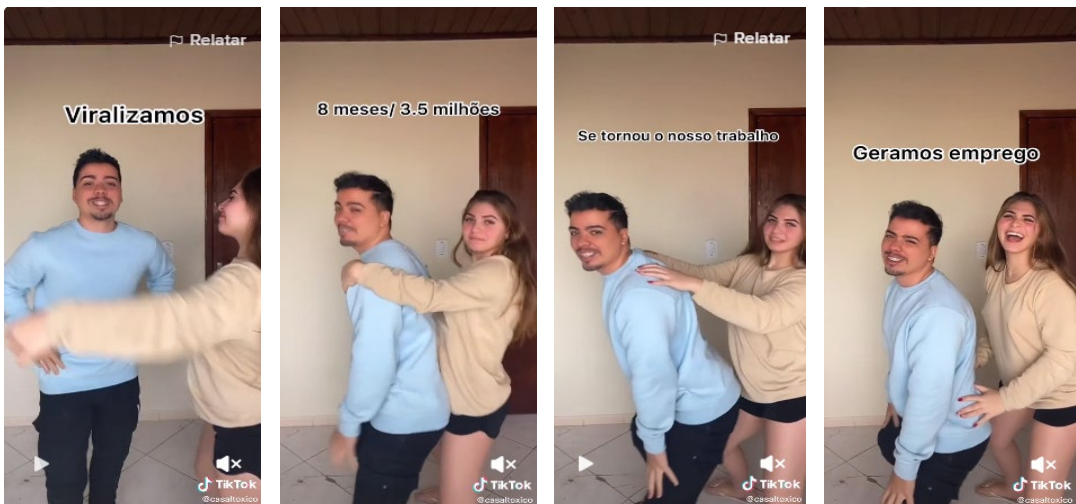
Link para o vídeo no Google Drive, caso necessário: [AUDIO-Timber-hashtag-15-dias-VIDEO-4](#)



Quase passamos fome



Gravamos pro TikTok



Viralizamos

8 meses/ 3.5 milhões

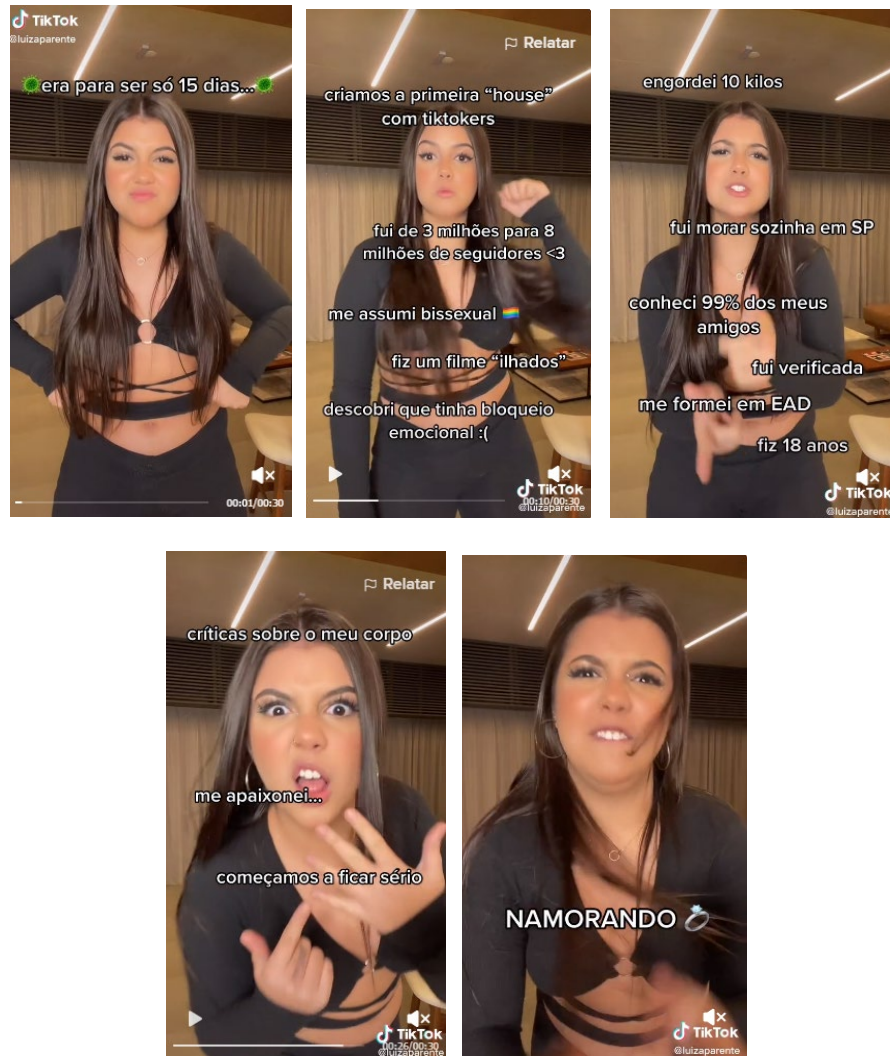
Se tornou o nosso trabalho

Geramos emprego

6.1.5. Vídeo 5 - Influenciadora digital Luiza Parente (@luizaparente no TikTok)

Link para o vídeo no TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZMRV2qxQk/>

Link para o vídeo no Google Drive, caso necessário: [AUDIO-Timber-hashtag-15-dias-VIDEO-5](#)



6.2. APÊNDICE B - Questionário aplicado

6.2.1. Questionário

1-Título do questionário: POR QUE E COMO VOCÊ USA O TIK TOK?

2-Descrição: Olá! Saiba que esta pesquisa faz parte do projeto de pesquisa de TCC!

Mas o que você vai fazer aqui? A ideia é que você conte um pouquinho sobre os seus hábitos e sua familiaridade com a rede social Tik Tok.

Para responder esse questionário, você vai precisar de entre 5 e 7 minutos do seu dia. Desde já muitoooo obrigada pela sua resposta!

Vamos começar?

Obs. Importante dizer que nenhum dos dados pessoais que você irá fornecer aqui serão divulgados por meio desta pesquisa, sua identidade será preservada. Apenas as respostas das perguntas serão analisadas e farão parte da pesquisa.

3-Dados pessoais

-Nome

-E-mail

-Idade

-Gênero

-Você concorda que suas respostas sejam utilizadas como material de pesquisa neste TCC?

Alternativas, sim/ não

4- Perguntas

1-Você conhece a rede social Tik Tok? Se sim, como você a conheceu?

2-O que é o Tik Tok para você?

3-Você usa o Tik Tok? Se sim, com que frequência? (Diariamente, 1 ou 2 vezes por semana, às vezes, quase nunca?)

4-Quantas horas por dia você costuma passar no Tik Tok?

5-Por que você usa o Tik Tok?

6-Quais os tipos de vídeos/ conteúdos que você procura quando está no Tik Tok?

7-Quais os tipos de conteúdos que fazem você interagir (curtir, comentar, salvar, enviar o vídeo para amigos) na plataforma?

8-Qual o tipo de conteúdo que te faz passar o vídeo?

9-Qual dos temas abaixo mais semelhante com o que aparece na sua “For You”/ “Pra você (feed do Tik Tok):

Ps. você pode selecionar mais de uma opção.

- Danças de músicas famosas
- Esquetes de comédia
- Coisas/ hábitos / costume que as pessoas fazem/ têm em casa que você também tem
- Imitações
- Acontecimentos da vida real
- Trechos/ cortes de vídeos, filmes e podcasts
- Anúncios
- Lives
- Lives de pessoas que não conheço
- Vídeos de bichos
- Outros: Qual?

10-De qual das opções abaixo você gosta mais de assistir?

- Danças de músicas famosas
- Esquetes de comédia
- Coisas/ hábitos / costume que as pessoas fazem/ têm em casa que você também tem
- Imitações
- Acontecimentos da vida real
- Trechos/ cortes de vídeos, filmes e podcasts
- Anúncios
- Lives
- Lives de pessoas que não conheço
- Vídeos de bichos
- Outros: Qual?

11-Temos aqui dois exemplos de vídeos que fazem parte de *trends*/ correntes de vídeos que ficaram famosas no Tik Tok. Qual delas te faria deixar o like no vídeo e compartilhar com mais pessoas? E por que?

As *trends* para essa pergunta:

Vídeo 1 - <https://vm.tiktok.com/ZMRV2fBB0/> (Menina do Bode)

Vídeo 2 - <https://vm.tiktok.com/ZMRV24hvy/> **(My mon - finalidade comparativa)**

12-Agora temos mais um vídeo, você tem/ teve alguma história ou experiência parecida com o que acontece no vídeo? Se sim, qual?

Vídeo - <https://vm.tiktok.com/ZMRV2LT5L/> **(Casal tóxico)**

13-O que mais te chama atenção no vídeo a seguir?

Vídeo - <https://vm.tiktok.com/ZMRV22Ppq/> **(Flávinha bebe tik toker)**

14-O que você pensa/ sente/ imagina ao ver esse vídeo?

Vídeo - <https://vm.tiktok.com/ZMRV2B8wj/> **(Virgínia)**

15-Você acha que o Tik Tok tem alguma relação com a vida real e o seu cotidiano? Se sim, o que?

16-Você acredita que vídeos que tenham como conteúdo a vida real, o cotidiano, são mais “viralizáveis”? Se sim, por quê?

17-Cite 2 acontecimentos do seu cotidiano que você julga relevantes e que já pensou em fazer um Tik Tok sobre.

18-Você acha que existe algum tipo de senso comum nos conteúdos sobre o cotidiano existentes no Tik Tok e já se identificou com alguma trend? Se sim, por quê?

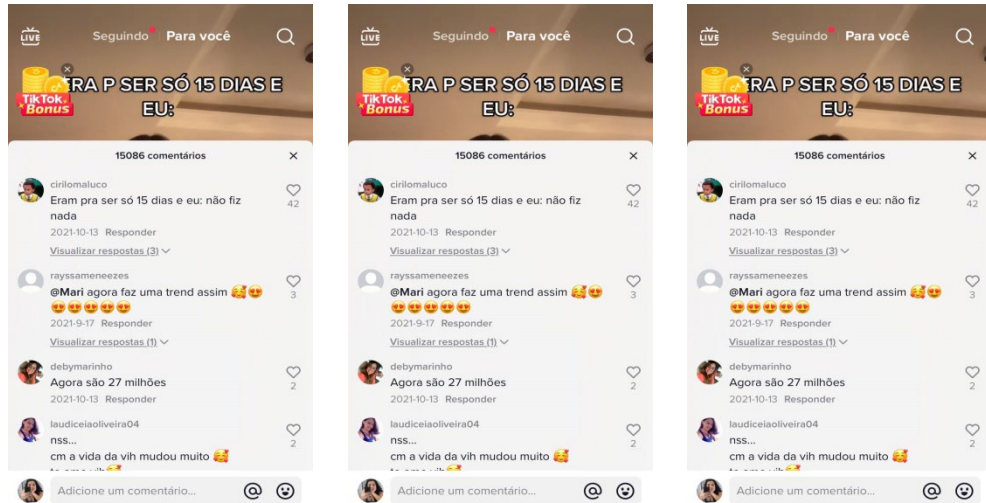
6.2.2. As respostas recebidas no questionário

Disponíveis em:

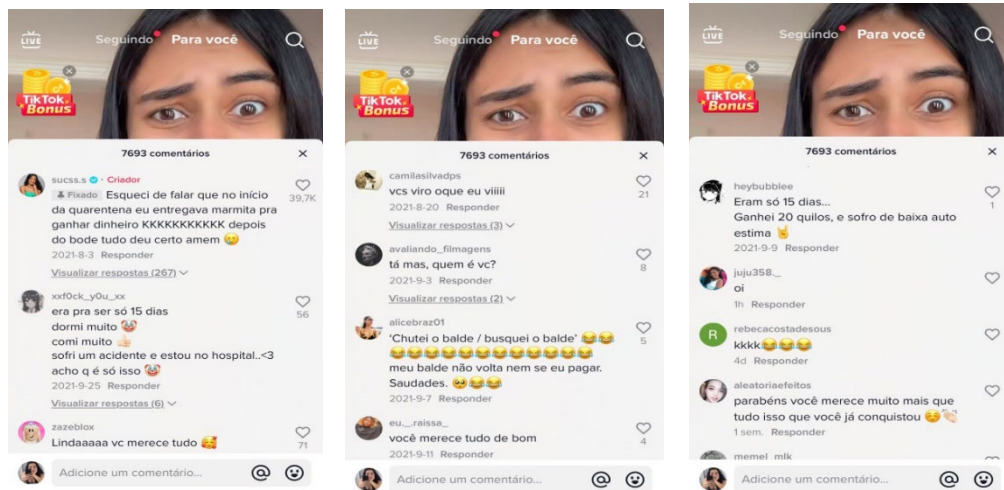
<https://drive.google.com/file/d/11gTjpCwvprAey79Q_HmuYiRwBSee0eAF/view?usp=s_haring>

6.3. APÊNDICE C – Comentários coletados

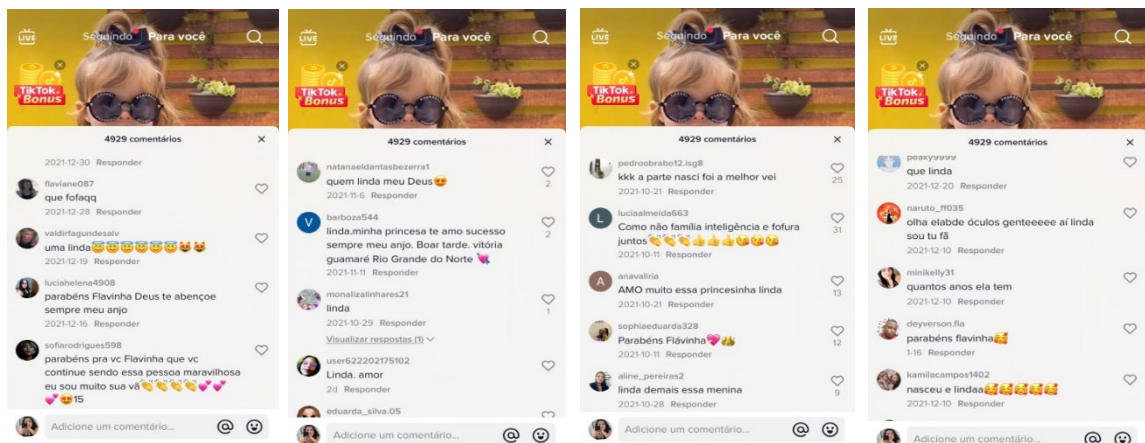
6.3.1. Vídeo 1 – Influenciadora digital Virgínia (@virginiafonseca no *TikTok*)



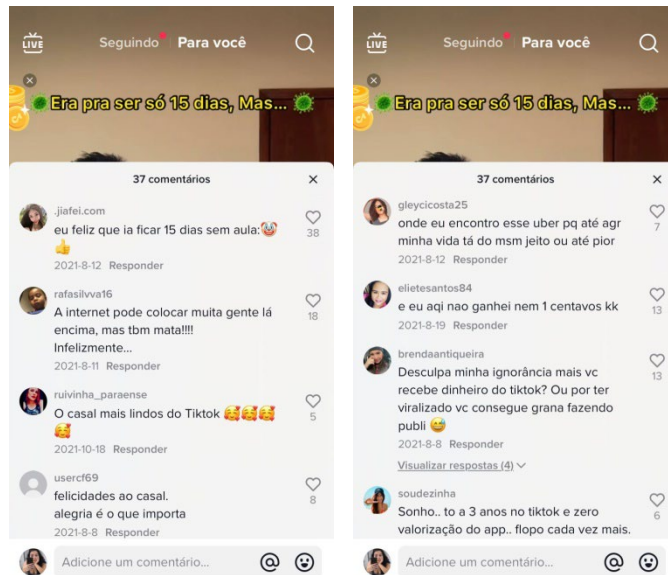
6.3.2. Vídeo 2 - Influenciadora digital Açucena Guirra (@sucss.s no TikTok)



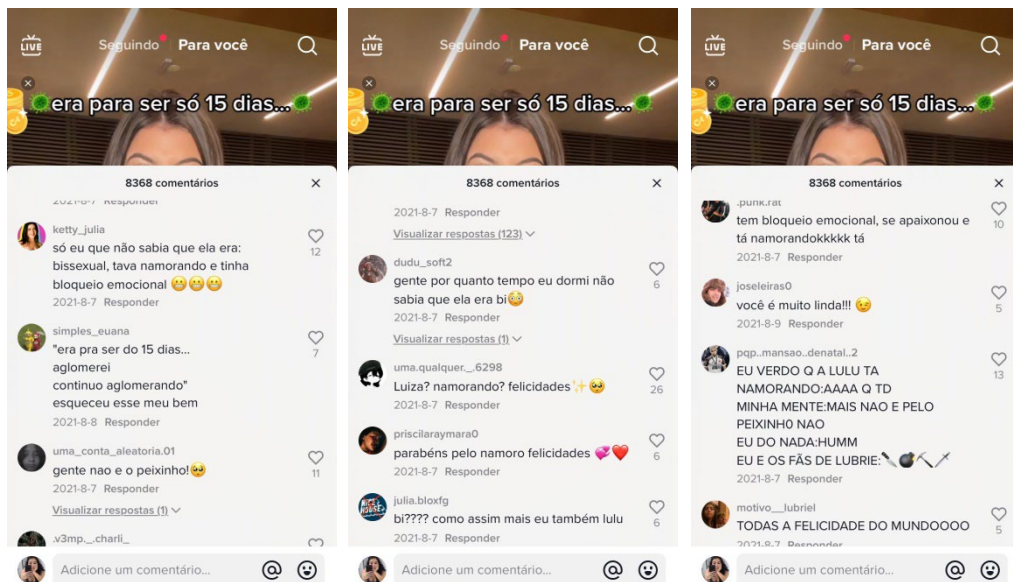
6.3.3. “Mini” influenciadora digital Flavinha Louise (@flavinhalouise no TikTok)



6.3.4. Influenciadores digitais “Casal Tóxico” – Monick Werneck e Márcio Meganni (@casaltoxico no *TikTok*)



6.3.5. Influenciadora digital Luiza Parente (@luizaparente no *TikTok*)



7. Anexos

ANEXO A – Mapeamento e organização das *trends* pré-selecionadas. Disponível em:

<https://drive.google.com/drive/folders/1eSiweh8T5857d0dJ9BDPd4AxqUZ0YLcP?usp=sharing>