A produção acadêmica em Comunicação sobre o TikTok no Brasil[1]

Jorge Antonio M. Abrão[2]

Resumo: O TikTok é um aplicativo de rede social que tem atraído grande atenção do público, das empresas e, mais recentemente, da academia. Assim, o presente trabalho[3] tem como objetivo apresentar a produção científica realizada sobre a plataforma no Brasil entre 2018 e 2023. A pesquisa, conduzida de agosto a outubro de 2023, analisou 51 trabalhos, concentrando-se nos títulos, resumos e palavras-chave das publicações. A partir dessa análise espera-se demonstrar o desenvolvimento e as principais temáticas da produção científica relacionada ao aplicativo chinês no contexto brasileiro.
Palavras-chave: Comunicação; Estado da arte; TikTok.

O TikTok é um aplicativo de rede social digital originado na China, resultado da união de dois outros aplicativos: o Musical.ly e o Douyin. A plataforma permite que um usuário crie e publique vídeos curtos que serão assistidos pelos demais usuários. Esses vídeos podem ter uma duração de 15 segundos a 10 minutos (embora a duração média não exceda 3 minutos)[4]. O aplicativo ganha fama global em 2020, durante a pandemia de Covid-19 e se torna o "o principal destino para vídeo móvel no formato curto" (TIKTOK, 2023), alcançando a marca de 1 bilhão de usuários em 2021. Para efeito de comparação, outras redes como o Youtube e Facebook demoraram mais tempo para atingir números similares, 15 e 13 anos respectivamente, assim é inegável o crescimento e popularidade da plataforma de origem chinesa.

---

[1] Trabalho apresentado no painel temático 5E do XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Univeesidade Federal de Santa Maria/RS, realizado nos dias 27 de novembro a 01 de dezembro de 2023.

[2] Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM), Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP) Bacharel em Linguística (UNICAMP), e-mail: j.abrao@gmail.com.

[3] O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

[4] Fonte: https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/03/tiktok-aumenta-duracao-maxima-de-videos-para-10-minutos.ghtml

Apesar de recente entre as diversas plataformas existentes no ambiente digital, elegemos o TikTok como objeto para o nosso estudo, pois i) consideramos que plataforma pode ser um dos principais fatores que têm alterado a forma como se consome e produz conteúdo em vídeo *on-line*; ii) apesar de recente, impactou e impacta as demais redes que ou se reformularam adicionando ferramentas similares (caso do Facebook, Instagram e Youtube) ou permitem que o conteúdo do aplicativo chinês seja reproduzido (Twitter) e; iii) seu modelo algorítmico favorece a criação de comunidades temáticas; como explicitaremos a seguir.

Neste trabalho, buscamos apresentar um estado da arte da pesquisa científica sobre a plataforma no Brasil, para isso nos valemos de repositórios nacionais como o Portal de Periódicos e o Catálogo de Teses e Dissertações, ambos mantidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), assim como o Google Acadêmico, por sua abrangência e pela sua ferramenta de busca eficiente, além dos anais dos principais eventos do campo da Comunicação no país. Para esse mapeamento, nos concentramos em produções publicadas entre últimos cinco anos e realizamos a coleta dos dados que compõem o corpus no período que vai de agosto a outubro de 2023.

Teses e dissertações

Ao pesquisar os termos “TikTok” e “Tik Tok” nas base mantidas pelo CAPES, Portal de Periódicos e o Catálogo de Teses e Dissertações, contabilizamos 46 teses e dissertações, em todas as áreas, defendidas a partir do ano de 2021 e que abordam o objeto de algum modo. Podemos observar que a maioria dos trabalhos realizados são provenientes da área de Comunicação, seguido da Educação. Os demais trabalhos se espalham pelas áreas de Ciência da Informação; Administração; Letras; Multidisciplinar e; Ciência da Computação entre outras.

Entre esses trabalhos contabilizamos oito teses de doutorado, sendo duas provenientes de programas na área de Comunicação: i) *A imagem do tempo suspenso: eco-logia e ecologia nos processos de criação de webvídeos,* escrita por Robson Kumode Wodevotzky e

apresentada em 2021 ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da *Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e ii) E quem disse que malandro precisa ser macho? Etnografia das tradições, dissensos de gênero e performances negras dos passistas das escolas de samba carioca,* de Rodolfo Rodrigo Viana de Paulo, apresentada em 2022 ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense.

Wodevotzky (2021)[5] se propõe a "compreender como a imagem do tempo suspenso reverbera nos processos de criação de audiovisuais produzidos para a web" (p. 19). Segundo o autor, as produções audiovisuais produzidas para/na Internet podem construir uma imagem de tempo suspenso e sua hipótese é de que os webvídeos têm estratégias temporais que reverberam a percepção de tempo no ambiente online. Desse modo, o autor analisa a produção audiovisual em três plataformas: Youtube, Instagram e TikTok. O autor constrói sua base teórico metodológica a partir das obras sobre a teoria da imagem, de Norval Baitello Junior; sobre a escalada da abstração, de Vilém Flusser; sobre o tempo, de Norbert Elias e Hans Blumenberg. Se apoiando, também, nas elaborações de uma ecologia da comunicação de Vicente Romano; na noção de repetição de Sören Kierkegaar; e nos trabalhos sobre cibercultura de Lucia Leão e Eugênio Trivinho.

Já Viana de Paulo (2022) se debruça sobre as plataformas Facebook, Youtube, Tiktok, What'sApp e Instagram para investigar as performances de passistas negros e homossexuais em três Escolas de Samba do grupo especial do Carnaval do Rio de Janeiro. O autor busca debater "as tensões entre a efeminação gay e a exigência tradicional das agremiações de que os malandros exibam um 'samba de homem'" (p. 9), a partir de uma perspectiva etnográfica, realizando um diálogo entre a antropologia e o campo da comunicação, com apoio na Teoria Ator-Rede de Bruno Latour (2012) entre outros.

Entretanto, consideramos importante destacar a tese *O que está acontecendo aqui? TikTok e a plataformização da autenticidade a partir da Teoria Fundamentada,* de Luis

[5] Rauber defende seu trabalho em 22 de fevereiro de 2021, enquanto Wodevotzky em 28 de junho do mesmo ano.

Henrique Rauber apresentada em 2021 ao Programa de Diversidade Cultural e Inclusão Social da Universidade FEEVALE. Mesmo não sendo diretamente ligada a um programa da área de Comunicação – mas, sim à Interdisciplinar – a tese pode ser considerada a primeira a abordar exclusivamente o TikTok no país, já que as citadas anteriormente abordam outras plataformas em suas pesquisas.

Rauber (2021), em seu trabalho, tem como objetivo analisar e descrever o TikTok, abrangendo sua história, operação e utilização, com ênfases na apresentação da plataforma, exposição de seu crescimento no Brasil e no mundo, descrição da interface, análise de usos e questionamento do foco na diversidade como vetor de autenticidade. Desse modo, o estudo envolve a construção de memorandos, pesquisa documental, levantamento com 555 usuários, entrevistas com 5 influenciadores/usuários proeminentes, e entrevistas concedidas à mídia em geral pela diretora de marketing da plataforma. A pesquisa de caráter exploratório e qualitativo, empregou a metodologia Grounded Theory ou, em português, Teoria Fundamentada, que segundo o autor

> propõe o levantamento de questões práticas, de modo que a pesquisa é direcionada de maneira empírica, sem hipóteses nem problema de pesquisa fechados. Assim, por meio dos dados, foi gerada uma teoria fundamentada, amparada pelo envolvimento do pesquisador com as interações travadas entre as pessoas e o TikTok, descrevendo realidades práticas presentes e passadas. (RAUBER, 2021, p. 220)

Rauber conclui sua tese com a identificação das interações entre funções e suportes para vídeos curtos como elemento central para a popularidade atual do TikTok, e a observação de práticas de rebaixamento de vídeos com base em critérios estéticos e sociodemográficos, levantando questionamentos sobre a congruência entre a imagem institucional de promoção da criatividade e alegria e práticas que contradizem a retórica de diversidade.

Também consideramos importante elencar as dissertações de mestrado que foram defendidas em programas da área de Comunicação, são elas:

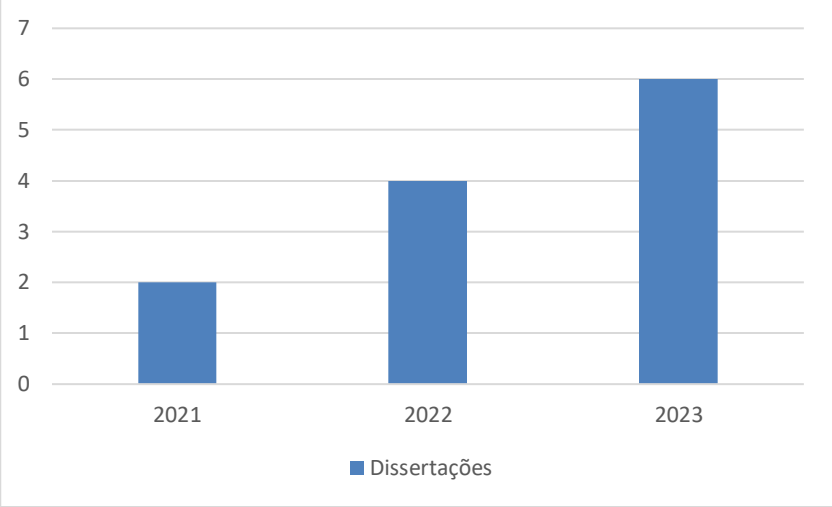
Tabela 1: Dissertações defendidas:

Título	Autor	Programa	Ano
1. Consumo e expressão identitária *tween* na produção digital de uma infância-adolescência feminina	Rodrigo Phelipe Rodrigues Lopes	Pós-graduação em Comunicação/UFPE	2021
2. "Fala moleques e bonecas": Masculinidades do youtuber Rezende	Vanessa Drehmer	Pós-Graduação em Comunicação/UFRGS	2021
3. Tik...Tok... Seu despertar como recurso pedagógico na desnaturalização de estereótipos de gênero.	Luzia de Fátima Turato	Pós-graduação em Mídia e Tecnologia /UNESP	2022
4. K-Pop em Fortaleza: o consumo e a produção de dança cover por fãs da música pop sul-coreana.	Iago Fillipi Patrocínio Macedo	Pós-graduação em Comunicação/UFC	2022
5. Performance *drag* em rede: Um olhar sobre a intelectualidade drag de Rita Von Hunty.	João Vinícius Nascimento de Jesus	Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/UFBA	2022
6. As cidades do ABC pelas narrativas transmídia: Questões de patrimônio, memória e comunicação de interesse público.	Franceli Guaraldo	Pós-Graduação em Comunicação/USCS	2022
7. Redes sociais para a indústria criativa: as "book redes" como forma de divulgação de autores nacionais independentes.	Laura Coelho de Almeida	Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa/UNIPAMPA	2023
8. Moda na era do Tiktok: do supermercado de estilos às tendências virais.	Nínive da Silva Girardi	Pós-Graduação em Comunicação Social/PUCRS	2023
9. A influência da tiktokização das profissões na visão de	Rafaela Moraes Cardoso	Pós-Graduação em Comunicação/UFMA	2023

carreira dos Millennials e da Geração Z através das mídias sociais Instagram e TikTok.			
10. A midiatização da religião na Congregação Cristã no Brasil: os 'ccbtokers" e a (im)prevista visibilidade de uma denominação'.	Alessandra Cristina Guimarães	Pós-graduação em Comunicação/Faculdade Cásper Líbero	2023
11. Tiktokização da política: a plataforma como palanque de influência nas eleições presidenciais de 2022.	Maria Beatriz Zultauskas	Pós-graduação em Comunicação/ Faculdade Cásper Líbero	2023
12. As remixabilidades audiovisuais nos challenges do Tiktok.	Gabriel Rocha Palma	Pós-graduação em Ciências da Comunicação/Unisinos	2023

Assim como nas teses, é possível notar que as dissertações de mestrado no Brasil surgem a partir de 2021(Gráfico 1) – ou seja, ainda em meio a pandemia de COVID-19 e logo após ao *boom* do TikTok em 2020 – e têm crescido em números desde então. Assim o primeiro trabalho nesse nível é *Consumo e expressão identitária* tween *na produção digital de uma infância-adolescência feminina*, de Rodrigo Phelipe Rodrigues Lopes, defendido no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, em agosto 2021.

Gráfico 1: Distribuição de dissertações por ano



Ao analisarmos os títulos; os resumos e as palavras-chaves dos trabalhos apresentados listados, podemos destacar em um primeiro momento é que apenas metade das dissertações são focadas exclusivamente no TikTok: Lopes (2021); Turato (2022); Guimarães (2023); Silva (2023); Zultauskas (2023); Palma (2023).

Lopes (2021) procura investigar de que formas influenciadoras digitais, com idade entre 9 e 16, recorrem ao consumo como modo de definir suas identidades *tweens* no TikTok. Turato (2022) toma o aplicativo como um recurso pedagógico na aprendizagem e comunicação sobre o uso da linguagem inclusiva. Guimarães (2023), por sua vez, irá olhar o fenômeno da midiatização do religioso a partir do conteúdo dos fiéis da Congregação Cristã no Brasil. Já Zultauskas (2023), vê a plataforma como um canal de influência nas eleições presidenciais de 2022 e examina como as equipes de candidatos presidenciais exploraram as características e a dinâmica da plataforma durante o segundo turno do pleito. Por fim, Palma (2023) partindo de uma abordagem centrada nas dimensões audiovisuais da tecnocultura, investiga como as remixabilidades audiovisuais se manifestam nos desafios (*challenges*) do TikTok

Já as demais dissertações abordam outras redes sociais, como o Youtube e o Instagram, em que as produções audiovisuais têm exclusividade ou grande destaque, além de tratarem de algum modo da plataforma também Este é o caso da dissertação de Vanessa Drehmer, defendida em 2021 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e intitulada "*Fala moleques e bonecas": Masculinidades do* youtuber *Rezende*, que busca compreender os padrões de comportamento e a construção de masculinidade nos vídeos no Youtube, Instagram e TikTok do influenciador digital Pedro Afonso Rezende Posso, também conhecido como rezendeevil. Nesse grupo de dissertações também temos Guaraldo (2022); Macedo (2022); Jesus (2022); Cardoso (2023); Girardi (2023) e; Almeida (2023).

Também podemos observar que as investigações em torno do TikTok têm majoritariamente como objetivo a exploração das criações sob a ótica dos usuários e na análise dos conteúdos circulados na plataforma, como é o caso da dissertação intitulada *A midiatização da religião na Congregação Cristã no Brasil: os 'ccbtokers" e a (im)prevista visibilidade de uma denominação'* (Guimarães, 2023).

Entre as exceções podemos citar os trabalhos de Palma (2023) e Zultauskas (2023) que abordam respectivamente a produção de remixes audiovisuais no TikTok e o uso da plataforma durante o segundo turno das eleições de 2022. Outra exceção à essa tendência que também nos chamou a atenção é o trabalho de Guaraldo (2022) que busca apontar as possibilidades da comunicação transmídia na disseminação do patrimônio cultural do ABC paulista e desenvolve o website Caçadores de Histórias do ABC e seus respectivos perfis no Instagram e TikTok como parte de sua pesquisa.

Ao voltarmos nossa atenção para as metodologias utilizadas, apreendemos que não há ainda um consenso sobre quais metodologias devem ser aplicadas para estudo da plataforma, porém vemos a Análise de Conteúdo com uma pequena predominância sobre os demais métodos, sendo utilizada em três dissertações entre as listadas, a saber: i) Almeida; ii) Cardoso (2023) e; iii) Guimarães (2023). Dentre os demais trabalhos também observamos o

uso das seguintes metodologias sendo citadas: Estudo de Caso; Cartografia; Arqueologia da Mídia; Etnografia; Análise de Imagens em Movimento e Entrevistas.

Apresentação de trabalhos

Outro ponto escolhido para analisar a produção sobre o TikTok foi a apresentação de trabalhos em congressos e encontros científicos no Brasil, para isso decidimos observar as comunicações realizadas nas edições do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom); do Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós); e do Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) entre 2018 e 2023. A escolha desses eventos se deu devido à sua abrangência nacional, pela qualidade reconhecida de suas organizações e pela capacidade de incluírem representantes de diversas teorias e correntes, constituindo-se, assim, alguns dos principais fóruns de discussão do campo no país.

Uma primeira análise (Gráfico 2) revela que, assim como nas teses e dissertações, o Tiktok começa a ser visto como objeto de pesquisa na academia brasileira a partir de 2020, já que antes desse ano não encontramos apresentações que tratem do aplicativo. Acreditamos que isso se deve a pouca relevância que a plataforma possuía, não sendo ainda muito conhecida pelo grande público. Assim, de um total de 26 trabalhos, vemos os primeiros serem apresentados em 2020: um no Simpósio Nacional da ABCiber e quatro no Congresso Nacional da Intercom. Em 2021, vemos apenas dois trabalhos, um no Intercom e um na Compós. Já em 2022 não é possível ver uma diferença quantitativa expressiva e vemos quatro trabalhos sendo apresentados exclusivamente no Intercom.

Gráfico 2: Distribuição de trabalhos por ano

Fonte: elaborado pelo autor

No entanto, em 2023, é possível perceber um salto significativo, com um total de 15 trabalhos apresentados, sendo a maioria deles no Intercom, que teve 13 trabalhos dedicados ao TikTok, enquanto dois foram apresentados no 32º Encontro Nacional da Compós[6]. Esse aumento pode ser atribuído ao crescente interesse acadêmico e à relevância do TikTok como plataforma de comunicação e cultura digital no Brasil e seu impacto na comunicação política, cultural, científica e social no país.

Ao fazermos uma análise dos títulos, resumos e palavras chaves é possível identificar os seguintes principais temas de pesquisa relacionados ao TikTok:

1. **Comunicação Política e Ativismos**: esses estudos investigam como os atores políticos e ativistas aproveitam o TikTok para disseminar mensagens políticas e promover causas sociais. Exemplos incluem "Os novos caminhos da comunicação política brasileira"(de Almeida; Luvizotto, 2020) e "A Eloquência de Erika Hilton no Combate à Transfobia." (Oliveira, 2023)

[6] Os trabalhos apresentados no XVI Simpósio Nacional da ABCiber não foram contabilizados já que a coleta do *corpus* se deu entre agosto e outubro de 2023 e o evento se deu me novembro do mesmo ano.

2. **Formas de cultura e expressão do/no digital**: trabalhos que exploram como os usuários do TikTok criam conteúdo, utilizam elementos visuais e contribuem para a cultura digital emergente na plataforma. Títulos como "Juventudes e formatos seriados"(Oliveira; Patrocínio, 2020) e "TikTok e Fortnite: as atualizações das danças virais enquanto mídia e memória" (Dietrich; Bittencourt, 2022) são alguns dos exemplos dessa categoria.
3. **Educação e divulgação científica**: pesquisas como "Ciência no TikTok: O uso da plataforma para a divulgação científica no Brasil" (KLETEMBERG; GRANADO, 2023) e "Meu professor é um tiktoker" (Silva Jr.; Farbiaz, 2020) destacam o uso do TikTok como ferramenta de educadores e cientistas para alcançar públicos mais amplos e comunicar informações educacionais e científicas de forma acessível.
4. **Representações do *off-line***: trabalhos que dão ênfase aos modos como fenômenos *off-line* são representados e divulgados por usuários do aplicativo, entre esses trabalhos podemos destacar os títulos “Mulher imigrante e TikTok: um panorama das pesquisas no Brasil”(Moraes; Almeida, 2023) e “E vamos de tour pela minha casa? - representações do habitar na rede social TikTok” (Machado; Maciel, 2023).

Aqui, é importante lembrar que essa divisão não é estanque e alguns trabalhos podem estar incluídos em mais de uma categoria, como é o exemplo de “Cada segundo conta: Urgência, paralisia e política nas narrativas sobre a crise climática no TikTok Brasil” (Evangelista e Garcia, 2023) que explora as narrativas sobre a emergência climática que circulam na plataforma e poderia ser relacionado à Educação e divulgação científica ou Representações do off-line.

Em relação às abordagens metodológicas é possível dizer as pesquisas relacionadas ao TikTok tem caráter principalmente qualitativo e exploratório, porém ainda não se limitam ou convergem em uma única direção. A partir de seu exame dos títulos e resumos levantados

é possível identificar uma diversidade de métodos, incluindo pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo, estudo de caso, netnografia, análise de redes sociais, análise de construção de sentidos em redes digitais, pesquisa documental e Grounded Theory (GT). Dentre essas metodologias a mais recorrente é a análise de conteúdo, presente em 15% dos trabalhos, seguida do estudo de caso, observado em 7,5 % dos trabalhos.

Já em relação as bases teóricas, os trabalhos se pautam então em uma série de linhas que incluem desde a Teoria Ator-Rede às teorias do jornalismo e conceitos de identidade e cultura, passando pela economia política da comunicação e economia política da internet, entre outras.

Artigos em Periódicos

Considerando o objetivo desse trabalho de oferecer um panorama das pesquisas produzidas sobre o TikTok no Brasil entre 2018 e 2023, também foi feito um levantamento dos artigos publicados em periódicos indexados e classificados nos estratos A1, A2, A3 e A4, no Qualis 2017-2020 na área-mãe de Comunicação e Informação e que estejam ligados a programas de pós-graduação ou associações de pesquisa na área. Assim as revistas que se enquadram nesse perfil e que publicaram trabalhos que abordam a plataforma são: *Comunicação & Educação; Comunicação, Mídia e Consumo; E-Compós; Eco-Pós; Estudos em Jornalismo e Mídia* e *Organicom*

Acreditamos que os artigos veiculados nessas revistas desempenham um papel significativo na produção científica nacional. Segundo Casedei, 2021 isso se deve ao fato de que essas publicações estão posicionadas nos estratos mais bem avaliados da área, conforme os rigorosos critérios de qualidade editorial estabelecidos pelo Qualis periódico.

Para a coleta desse *corpus,* foi utilizada da ferramenta de busca presente nos sites das revistas escolhidas e a pesquisa utilizou o nome do aplicativo grafado de duas formas, “TikTok” e “Tik Tok”. Dessa maneira, encontramos nove artigos, sendo que nas revistas

Comunicação, Mídia e Consumo; Organicom e *Comunicação & Educação* foram publicas dois artigos em cada e nas demais apenas um artigo por revista.

Em relação à temporalidade, percebemos que o mesmo movimento observado anteriormente, com o início da produção realizada em 2020 e um aumento, ainda que discreto, nos anos seguintes. O primeiro artigo é publicado pela revista *Organicom,* intitulado "No que você está pensando? apontamentos sobre opinião pública nas redes sociais digitais" com autoria de Ricardo Germano Tesseroli e Pedro Chapaval Pimentel, em que vemos uma análise crítica do papel desempenhado pela opinião pública na contemporaneidade, especialmente no contexto das redes sociais digitais (Tesseroli; Pimentel, 2020). Já em 2021, nenhum artigo foi encontrado nas revistas selecionadas, enquanto quatro trabalhos foram publicados em 2022, assim como em 2023.

Realizando o mesmo movimento de análise dos títulos, resumos e palavras-chaves é possível identificar alterações entre os temas principais, agrupamos, então, os artigos da seguinte maneira:

1. **Contribuições e impactos**: textos que exploram como os usos do TikTok podem contribuir ou impactar processos de recepção e consumo de informação ou produtos. Como exemplo temos ""Tá, tá movimentando": a indústria editorial e o TikTok no Brasil" (Depexe; Freitas, 2023) que investiga a influência de booktokers no mercado de livros nacional.
2. **Formas de cultura e expressão do/no digital**: investigações sobre como os usuários do TikTok criam conteúdo, utilizam elementos visuais e contribuem para a cultura digital emergente na plataforma. "Discurso de ódio online: uma análise das políticas das plataforma" (Santos *et al.*, 2021) é um dos exemplos dessa categoria.
3. **Representações do *off-line***: artigos que abordam os modos como são representados e divulgados fenômenos off-line pelos usuários do aplicativo, entre esses trabalhos podemos destacar o título "Em busca da performance jornalística

no TikTok: uma análise do Estadão e da Folha de São Paulo" (Lindemann; Schuster; Belochio, 2022), que investiga as diferenças entre as versões impressas e o conteúdo distribuído pelos jornais no TikTok.

Novamente, destacamos que essas divisões não podem ser consideradas como fronteiras impermeáveis e que os trabalhos analisados podem contemplar mais de um tema. O artigo "#*Challenge Memory Unlocked*: o TikTok como dispositivo construtor de memórias audiovisuais a partir da música." (Fischer; Palma, 2022) irá destacar o funcionamento dos desafios na plataforma enquanto forma de representação de memórias da adolescência dos usuários, muitas delas criadas fora do espaço virtual.

Em relação as bases teóricas e metodológicas evocadas percebe-se a continuidade do domínio de análises de ordem qualitativas. A maioria dos textos não expõem no resumo ou palavras-chaves seu embasamento teórico, com exceção do trabalho de Fischer e Palma (2022), que cita Bergson (2006) para conceitos de memória, Parente (2007) para dispositivo e Manovich (2001, 2015) para banco de dados. Entre as metodologias mencionadas vemos a cartografia (Fischer; Palma, 2022); a pesquisa documental ((Santos *et al.*, 2021), a análise de conteúdo (Lindemann; Schuster; Belochio, 2022) e a netnografia (Depexe; Freitas, 2023).

Considerações finais

A partir do exposto acima percebe-se o crescimento expressivo da produção acadêmica no Brasil sobre o TikTok, em especial no último ano, e pode ser considerado reflexo da crescente popularidade da plataforma no país.

Entretanto, é preciso ressaltar que ao realizar uma pesquisa nas plataformas Google Acadêmico foi possível encontrar mais de 17.000 resultados que tratem do aplicativo desde 2018 e 2023, porém não foram contabilizados nesse trabalho devido ao recorte realizado. O que significa que mesmo que não tenham sido mencionados trabalhos anteriores a 2020 aqui, a pesquisa sobre o TikTok é anterior ao período selecionado e trabalhos de valor podem ter sido escritos nesse período. Além disso, também não ignoramos a possibilidades de falhas e

vieses algorítmicos que podem não dar a devida visibilidade a alguma produção, nem a possíveis falhas de indexação ou humanas.

A análise dos trabalhos produzidos e elencados revela que as pesquisas se concentram em três principais eixos, a saber i) o uso do TikTok por diferentes públicos, como jovens, artistas e políticos; ii) as formas de expressão e comunicação na plataforma, como os vídeos curtos, os desafios e as hashtags e; iii) os impactos do aplicativo na sociedade, como na cultura, na política e na economia.

Também é possível afirmar que os trabalhos são predominantemente descritivos e exploratórios, porém ainda não se concentram em uma única abordagem teórica e/ou metodológica e os estudos partem dos mais diversos aportes.

Consideramos que a plataforma oferece, assim, um rico campo de estudos para pesquisa da Comunicação e acreditamos que a produção acadêmica sobre o TikTok continuará crescendo nos próximos anos, ampliando e aprofundando o conhecimento sobre o aplicativo. Isso é importante para compreender o impacto não apenas do aplicativo na sociedade, mas de fenômenos como a plataformização das sociedades e subjetividades contemporâneas.

Referências:

ALENCAR, Marta Thaís; AQUINO, Maria Clara. **Desertos de notícias no Nordeste: discurso de ódio e desinformação sobre a Transposição do Rio São Francisco no TikTok**, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0802202322404264cb059a832c5.pdf.

ALMEIDA, Gabriela Rodrigues; RAMOS, Daniela Osvald. **Nem acima, nem abaixo do radar: uma análise da produção de conteúdo sobre massacres em escolas brasileiras no Twitter e no TikTok**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202320570064dd624ca1ede.pdf.

AMARAL, Diego Granja do; CÂMARA, Clara Bezerril. **Controle, rasura e (re)ordenamento da visibilidade: a política dos corpos e dos algoritmos no TikTok**. Galoá, 2023. Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-

2023/trabalhos/controle-rasura-e-reordenamento-da-visibilidade-a-politica-dos-corpos-e-dos-algo?lang=pt-br. Acesso em: 8 out. 2023.

ARAÚJO, Willian Fernandes. **"Todo mundo pode ser famoso com o algoritmo do TikTok": imaginários e saberes sobre eficiência algorítmica e potência viral**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023232415 64dd84cf04065.pdf.

AZEVEDO, Isis Luna Cirne De. **O fenômeno da pornificação em trends de dança no TikTok: uma leitura crítica sobre o agenciamento da sexualização do corpo feminino pela indústria cultural**. 2023. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0719202214434962d6ed5510ecb.pdf.

CAMPOS, Diana Kelly Farias De. **Telejornalismo em multitelas - produção e divulgação do programa Jornal da Record no Tiktok, Twitter e Instagram**. [*S. l.: s. n.*], 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023105520 64dcd548e2a7c.pdf.

CARDOSO, Rafaela Moraes. **A influência da tiktokização das profissões na visão de carreira dos Millennials e da Geração Z através das mídias sociais Instagram e TikTok**. 2023.. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/262625.

CASADEI, Eliza Bachega. Os estudos das masculinidades nas pesquisas em Comunicação no Brasil. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 45, 2022. Disponível em: https://www.scielo.br/j/interc/a/7KgPdW9GwW8SLrJ8Zzgcvch/?lang=pt.

DE ALMEIDA, Milena Carolina; LUVIZOTTO, Caroline Kraus. **Os novos caminhos da comunicação política brasileira: a articulação dos atores políticos nas redes sociais digitais e o papel da imprensa neste contexto**. 2020. Disponível em: https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber13/paper/view/1346.

DEPEXE, Sandra; FREITAS, Marina Judiele dos Santos. "Tá, tá movimentando": a indústria editorial e o TikTok no Brasil. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 20, n. 58, 2023. Disponível em: https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2802. Acesso em: 8 out. 2023.

DIETRICH, Caroline; BITTENCOURT, João Ricardo. **O jogar no TikTok: remix como catalisador do devir**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023235831 64dd8cd7df2f4.pdf.

DIETRICH, Caroline; BITTENCOURT, João Ricardo. **TikTok e Fortnite: as atualizações das danças virais enquanto mídia e memória**. 2022. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202223554162d8c02d56cbc.pdf.

DREHMER, Vanessa. **“Fala moleques e bonecas”: masculinidades do youtuber Rezende**. 2022.. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/238951.

ESPINDOLA, Polianne Merie. **De WAP a Ruivinha de Marte: o crescimento do Tiktok durante a pandemia e o valor performance como capital social**. 2021.

EVANGELISTA, Simone; GARCIA, Marcelo. **Cada segundo conta: Urgência, paralisia e política nas narrativas sobre a crise climática no TikTok Brasil**. Galoá, 2023. Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/cada-segundo-conta-urgencia-paralisia-e-politica-nas-narrativas-sobre-a-crise-cl?lang=pt-br.

FISCHER, Gustavo Daudt; PALMA, Gabriel Rocha. #Challenge Memory Unlocked:: o TikTok como dispositivo construtor de memórias audiovisuais a partir da música. **Revista Eco-Pós**, v. 25, n. 1, p. 249–273, 2022. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27866.

GINA LONCOMILLA, VIVIANE MARDONES. **TikTok e a presença do capital chinês na indústria fonográfica ocidental: um olhar pela economia política da internet**. 2020. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1967-1.pdf.

GIRARDI, Nínive Da Silva. **Moda na era do Tiktok : do supermercado de estilos às tendências virais**. - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, [*s. l.*], [*s. d.*]. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/10732.

GIUNTI, Débora; INOCÊNCIO, Luana. **Cultura do cancelamento, misoginia e “tiktokização” do ódio algorítmico no caso Heard vs. Depp**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08172023233948 64ded9f448ed3.pdf.

GOMES, Tatiana Azevedo; CRESPO, Natália Deus de Oliveira. Análise de vídeos de ciências da natureza no TikTok. **Comunicação & Educação**, v. 28, n. 1, p. 83–95, 2023. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/208372.

GOMES, Raí Gabriel De Castro; COUTINHO, Iluska Maria Da Silva. **Informação no TikTok: a criação de um novo jornalismo e a reconfiguração da Novaslândia**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023235841 64dd8ce1801a9.pdf.

GUARALDO, Franceli. **As cidades do ABC pelas narrativas transmídia: Questões de patrimônio, memória e comunicação de interesse público**. 2022. - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2022. Disponível em: https://www.uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/arquivo/774.

GUIMARÃES, Alessandra Cristina. **A midiatização da religião na Congregação Cristã no Brasil: os 'ccbtokers" e a (im)prevista visibilidade de uma denominação’**. 2023. - Faculdade Cásper Líbero, 2023. Disponível em: https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2023/08/Alessandra-Cristina-Guimaraes.pdf.

JESUS, João Vinicius Nascimento De. **Performance drag em rede: Um olhar sobre a intelectualidade drag de Rita Von Hunty**. 2022. - Universidade Federal da Bahia, 2022. Disponível em: https://sigaa.ufba.br/sigaa/public/programa/defesas.jsf?lc=pt_BR&id=1351.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio; FREITAS, Maria do Carmo Duarte. No TikTok do seu coração: do jabá às trends. Estratégias e manipulação algorítmica na produção do sucesso musical. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 20, n. 57, 2023. Disponível em: https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2714..

KLETEMBERG, Karen Sailer; GRANADO, António Maria Salvado Coxito. **Ciência no TikTok: O uso da plataforma para a divulgação científica no Brasil**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08152023154020 64dbc694441d5.pdf.

Laura Coelho De ALMEIDA. **Redes sociais para a indústria criativa: as "bookredes" como forma de divulgação de autores nacionais independentes**. 2023. - Universidade Federal do Pampa, 2023. Disponível em: https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/riu/8060/1/Laura%20Coelho%20de%20Almeida%202023.pdf.

LEITE, Caroiine. **Do Vídeo nas Aldeias aos TikTokers indígenas: perspectivas decoloniais de produção de imagens de indígenas por indígenas**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023235044 64dd8b04130d1.pdf.

LIMA, Antonia Nirvana Gregorio; SANTOS, Débora Maria Dos; COVALESKI, Rogério Luiz. **Seu filho está on-line: segurança digital de crianças e controle parental no Tiktok**. 2020. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0680-2.pdf.

LINDEMANN, Cristiane; SCHUSTER, Patrícia Regina; BELOCHIO, Vivian. Em busca da performance jornalística no TikTok: uma análise do Estadão e da Folha de S.Paulo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 19, n. 1, 2022. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/85604.

LOPES, Rodrigo Phelipe Rodrigues. **Consumo e expressão identitária tween na produção digital de uma infância-adolescência feminina**. 2021. masterThesis - Universidade Federal de Pernambuco, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/41217.

MACEDO, Iago Fillipi Patrocínio. **K-pop em Fortaleza: o consumo e a produção de dança cover por fãs da música pop sul-coreana**. 2022. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/73367.

MACHADO, Flávia Palhares; MACIEL, Josemar De Campos. **"E vamos de tour pela minha casa?" - representações do habitar na rede social TikTok**.. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023212407 64dd68a7a013c.pdf.

MORAES, Mariana Marcela De Fátima; ALMEIDA, Cristóvão Domingos De. **Mulher, Imigrante e Tiktok: Um Panorama das Pesquisas no Brasil1**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08152023172356 64dbdedc11e4d.pdf.

MORAES, Mariana Marcela De Fátima; ALMEIDA, Cristóvão Domingos De. **Registros De Uma Refugiada Ucraniana No TikTok: Análise Da Produção Midiática De Uma Jovem Durante Os Primeiros Cem Dias De Guerra**. 2022. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0719202213384862d6de18b5ca4.pdf.

MORONI, Fábio Tonissi *et al.* Etapas para a construção do plano de comunicação interna para instalações animais em universidades públicas brasileiras. **Organicom**, v. 19, n. 39, p. 185–196, 2022. Disponível em:https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/190897.

NOGUEIRA, Maria Alice De Faria; PINTO, Raiane Cardoso. **#spedupsongs: a tiktokização da atenção e a tendência das músicas aceleradas**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023114318 64dce0860323e.pdf.

OLIVEIRA, Rafaela De Araujo Vieira De. **A eloquência de Erika Hilton no combate à transfobia: uma análise de publicações no perfil do TikTok**. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08042023200422 64cd83f6b4625.pdf.

OLIVEIRA, Rodrigo Bomfim; PATROCÍNIO, Iago Clímaco. **Juventudes e Formatos seriados no TikTok**. 2020. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1255-1.pdf.

PALMA, Gabriel Rocha. **As remixabilidades audiovisuais nos challenges do tiktok**. 2023. - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), 2023. Disponível em: http://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/12425.

RAUBER, Luis. **TIKTOK: O que está acontecendo aqui?**. Galoá, 2021. Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2021/trabalhos/tiktok-o-que-esta-acontecendo-aqui?lang=pt-br.

RAUBER, Luiz Henrique. **O que está acontecendo aqui? TikTok e a plataformização da autenticidade a partir da Teoria Fundamentada**. 2021. Disponível em: https://biblioteca.feevale.br/Vinculo2/000029/000029f3.pdf.

ROTHBERG, Danilo *et al.* Qualidade na comunicação promotora da saúde: diálogos entre a literatura especializada e as perspectivas dos jovens. **Comunicação & Educação**, v. 27, n. 2, p. 49–62, 2022. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/194652.

SANTOS, Luiza Carolina dos *et al.* Discurso de ódio online: uma análise das políticas das plataformas digitais para moderação de conteúdo. **E-Compós**, 2021. Disponível em: https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2709.

SILVA JUNIOR, Jader Lúcio Da; FARBIAZ, Alexandre. **Meu professor é um tiktoker : uso de vídeos curtos como ferramenta educativa em mídias sociais**. 2020. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2411-1.pdf.

TESSEROLI, Ricardo Germano; PIMENTEL, Pedro Chapaval. No que você está pensando? apontamentos sobre opinião pública nas redes sociais digitais. **Organicom**, v. 17, n. 33, p. 49–61, 2020. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170172.

TEXEIRA NETO, Wanderley De Mattos. **Quando a crítica vira meme: a propagabilidade dos vídeos de Isabela Boscov no TikTok**. 2022. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0718202210422462d5634020248.pdf.

TURATO, Luzia de Fátima. **Tik...Tok... Seu despertar pedagógico na denaturalização de esteerótipos de gênero**. 2022. - Universidade Estadual Paulista (Unesp), 2022. Disponível em: http://hdl.handle.net/11449/236715.

VIANA DE PAULO, Rodolfo Rodrigo. **E quem disse que malandro precisa ser macho?: etnografia das tradições, dissensos de gênero e performances negras dos passistas das escolas de samba carioca**. Disponível em: https://app.uff.br/riuff/handle/1/29306.

WODEVOTZKY, Robson Kumode. **A imagem do tempo suspenso: eco-logia e ecologia nos processos de criação de webvídeos**. - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2021. Disponível em: https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/24836.

ZULTAUSKAS, Maria Beatriz. **Tiktokização da Política: A Plataforma como Palanque de Influência nas Eleições Presidenciais de 2022**. - Faculdade Cásper Líbero, 2023. Disponível em: https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2023/08/MARIA-BEATRIZ-ZULTAUSKAS-SANT%C2%B4ANA-RICCI.pdf.