

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

DA FOR YOU AO FOR RESEARCH: DESAFIOS ÉTICOS E METODOLÓGICOS NO TIKTOK

Steyce Dayane Lopes

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.13181>

Submetido em: 2025-09-04

Postado em: 2025-09-05 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

DA FOR YOU AO FOR RESEARCH: DESAFIOS ÉTICOS E METODOLÓGICOS NO TIKTOK

AUTOR/A 1, Steyce Dayane Lopes
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3838-2480>.
<steyce6@gmail.com.br>

Mestranda em Sociologia na Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná (PR), Brasil.

RESUMO: Este trabalho apresenta alguns dos desafios éticos e metodológicos da pesquisa situada na plataforma TikTok, com um arcabouço teórico-prático. Busco refletir sobre questões como: até que ponto se deve garantir o anonimato em um ambiente em que os próprios usuários se expõem publicamente? Como lidar com as políticas de privacidade da plataforma, que dificultam a extração de dados e podem reforçar formas de colonialismo de dados? Também problematizo o impacto dos algoritmos na replicabilidade das pesquisas e a efemeridade dos dados, considerando a rápida circulação, remoção e desaparecimento de conteúdos. Outra questão ligada aos algoritmos e abordada neste paper, é a participação do pesquisador no campo. Questiono ainda como desigualdades de acesso e representação, marcadas por diferenças, moldam o que se torna visível ou ausente no campo empírico. Por fim, proponho refletir sobre a adaptação ou criação de metodologias frente à complexidade dos objetos emergentes nesse contexto. A partir disso, considero oportuno refletirmos sobre esses atravessamentos no campo do TikTok, estabelecendo uma ética situada que oriente nossas práticas, ações e metodologias nesse ambiente.

Palavras-chave: TikTok, mídias sociais, plataformas, pesquisa digital, algoritmos.

FROM 'FOR YOU' TO 'FOR RESEARCH': ETHICAL AND METHODOLOGICAL CHALLENGES ON TIKTOK

ABSTRACT: This paper presents some of the ethical and methodological challenges of conducting research on the TikTok platform, grounded in a theoretical and practical framework. It seeks to reflect on issues such as: to what extent should anonymity be ensured in an environment where users themselves publicly expose their content? How should researchers deal with the platform's privacy policies, which hinder data extraction and may reinforce forms of data colonialism? I also problematize the impact of algorithms on the replicability of research and on the ephemerality of data, considering the rapid circulation, removal, and disappearance of content. Another issue related to algorithms and addressed in this paper is the researcher's own participation in the field. Furthermore, I question how inequalities of access and representation, shaped by differences, affect what becomes visible or absent in the empirical field. Finally, I propose reflecting on the adaptation or creation of methodologies in response to the complexity of emerging objects in this context. From this perspective, I consider it timely to reflect on these entanglements within the TikTok field, establishing a situated ethics to guide our practices, actions, and methodologies in this environment.

Keywords: TikTok, social media, platforms, digital research, algorithms.

INTRODUÇÃO - TECENDO UMA PESQUISA CONECTADA

Se você pode ter diferentes pontos de vista sobre uma estátua, é porque a estátua em si mesma é tridimensional e lhe permite, sim, ela permite que você ande em torno dela. Se algo comporta uma multiplicidade de pontos de vista, é porque este algo é muito complexo, dotado de dobras intrincadas, bem organizado, e bonito, sim, objetivamente bonito. (Latour, 2006, p. 343)

“Andar”, metaforicamente falando, em torno de um fenômeno estudado, especialmente quando se considera um espaçamento entre o fazer e o refazer da pesquisa, evidencia novos pontos de vista, muitas vezes sobre algo complexo, de dobras intrincadas, como assinala Latour (2006). Tecer uma pesquisa que se coloca no âmbito digital talvez tenha essa roupagem, uma vez que os aspectos do fazer-pesquisa nesse contexto estão sendo colocados e recolocados a todo instante, haja vista a característica de efemeridade e de mudanças dinâmicas da rede conectada. É nesse contexto, também, que se situa este paper. Dado, inclusive, este contexto, esse texto não visa de nenhuma forma dar respostas definitivas ou mesmo um passo a passo sobre como pesquisar no TikTok. Visa-se especialmente levantar questionamentos e tessituras empírico-práticas sobre o próprio ato de pesquisar nesse campo conectado.

Essa pesquisa surge de um inquietamento em relação ao fazer-pesquisa no TikTok, a partir da experiência de ingresso nesse campo durante a monografia e outros trabalhos desenvolvidos na plataforma. Agora, assim, coloca-se um momento de olhar para a estátua da pesquisa de outro ângulo. Contudo, engana-se quem presume que, por questionar determinadas práticas nesse espaço, e olhar de outra ótica, tais produções como a monografia ou os artigos que produzi sejam exemplares ou referências ético-metodológicas. Na realidade, ocorre o oposto: após a entrega desses trabalhos, questões e tensionamentos de cunho ético e metodológico foram surgindo em grupos de pesquisa, orientação e disciplinas do mestrado. Foi então que percebi que algumas escolhas feitas nessas produções careciam de maior reflexão. Longe de descartar os feitos ou achados obtidos, o que se coloca aqui é um processo comum de construção de saberes, no qual, em algum momento, somos levados a revisitar nossas próprias práticas e tensionamentos, refletindo tanto sobre o percurso da pesquisa quanto sobre os achados encontrados e tecidos.

Assim, este texto resulta de algumas indagações encontradas e que, acredito, podem suscitar reflexões sobre o fazer pesquisa no TikTok. É um texto, portanto, de caráter reflexivo e expositivo,

que visa problematizar e tensionar algumas possíveis escolhas no desenho de pesquisa e no percurso metodológico que envolve a plataforma. Tendo em vista esse cenário, destaco que as práticas, conceituações e questões aqui discutidas não são inéditas e tampouco reivindico tal invenção. Longe de recorrer a qualquer discurso de pioneirismo, a proposta aqui é retomar reflexões já existentes, mas situando-as no contexto específico do TikTok, plataforma que apresenta suas próprias características, tensões e aspectos que, como em qualquer outro espaço de pesquisa, demandam atenção.

O nome do artigo “Da For You ao For Research: desafios éticos e metodológicos no TikTok” explicita o movimento de tornar os conteúdos que aparecem no feed da plataforma (que circulam na dita For You) em fenômenos de pesquisa (ou seja, For Research). Esse movimento, de sair da For You para algo se tornar pesquisa, não é dado, sobreposto, tampouco simples. Pesquisar no TikTok, assim como em outras redes, pressupõe do pesquisador algumas cautelas e elementos reflexivos que serão explorados ao longo deste texto, sendo algumas dessas reflexões mediadas pelas perguntas: Até que ponto se deve garantir o anonimato em um ambiente em que os próprios usuários se expõem publicamente? Como lidar com as políticas de privacidade da plataforma, que dificultam a extração de dados e podem reforçar formas de colonialismo de dados (Faustino e Lippold, 2022)? O impacto dos algoritmos¹ na replicabilidade das pesquisas e a efemeridade dos dados, considerando a rápida circulação, remoção e desaparecimento de conteúdos. Como lidar com a participação do pesquisador no campo, ligada à questão dos algoritmos? Como as desigualdades de acesso e representação, marcadas por diferenças, moldam o que se torna visível ou ausente no campo empírico (Barretos *et al*, 2022)? E, por fim, como podemos pensar na adaptação ou criação de metodologias frente à complexidade dos objetos emergentes nesse contexto?

Tendo em vista tais inquietamentos e questões, esta pesquisa está organizada da seguinte forma: em um primeiro momento, discorrer-se-á acerca do fazer pesquisa no digital, com algumas questões mais generalistas que servirão como base para pensarmos, então, especificamente no TikTok e nas questões apresentadas anteriormente. Na sequência, dar-se-ão as considerações finais com um apanhado do que foi abordado anteriormente e questões que devem permear o fazer-pesquisa na plataforma TikTok.

¹ No contexto das mídias digitais, algoritmos se relacionam a um conjunto de regras e cálculos usados para analisar dados e determinar quais conteúdos serão exibidos aos usuários com base em suas interações, preferências e comportamentos online. No TikTok, especificamente, a plataforma usa a nomenclatura de “experiência personalizada” para se referir a esse contexto. Isso será melhor descrito no tópico 1.2.

1. PESQUISAR NO DIGITAL: UM CLIQUE E ACABOU?

Pesquisar no âmbito digital não é algo novo por si só. Não é preciso uma longa busca para encontrar pesquisas sobre o digital que datam os últimos anos do século passado e mesmo começo deste. No entanto, o cenário de décadas atrás se coloca, de alguma forma, bastante díspar no que tange ao fazer-pesquisa no digital agora, em 2025. Talvez pelas características que se colocam de forma notória, a citar algumas: a dinamicidade, efemeridade, plataformização da sociedade (van Dijck, Poell, & de Waal, 2018) e o colonialismo digital (Faustino; Lippold, 2022).

Para alguém distanciado da pesquisa nesse contexto, talvez pareça que o digital é um universo à parte, dicotômico à uma dita “realidade”. Mas, não seria o digital também partícipe dessa tal realidade? Rogers (2013) nos convida a pensar sobre pesquisas tecidas nessa rede digital e, junto disso, afirma que esse digital não é um reino à parte. Junto disso, podemos pensar na dicotomia online *versus* offline que também não tem suas fronteiras muito bem estabelecidas. Isso porque, como lembra José Van Dijck (2013), as plataformas digitais influenciam e são influenciadas pelas interações humanas em todos os níveis, desde o individual até o social. Destarte, “hoje, essa camada de plataformas influencia a interação humana em nível individual e comunitário, assim como em um nível mais amplo da sociedade, enquanto os mundos online e offline estão cada vez mais interpenetrados”² (Van Dijck, 2013, p. 4). Assim, dicotomizar uma suposta “realidade” frente ao digital, ou mesmo o online *versus* offline se coloca como uma simplificação da realidade social, que esvazia os diversos atravessamentos e questões que são tecidas em uma sociedade que vive um processo de plataformização (Van Dijck; Poell; De Wall, 2018).

A plataformização da sociedade é o processo pelo qual as plataformas digitais deixam de existir isoladamente e passam a formar um “ecossistema de mídia conectiva” (Van Dijck, 2013). Esse ecossistema está inserido em um contexto sociocultural e político-econômico mais amplo, sendo moldado por circunstâncias históricas. A forma como interagimos, consumimos e nos relacionamos é influenciada por essa infraestrutura digital que, por sua vez, reflete e reforça normas e valores da sociedade (Van Dijck, 2013). Pesquisar o social no âmbito digital, assim, além de considerar as questões atreladas às relações colocadas neste espaço, também inclui, no atual contexto, investigar

² No original: “Today, this layer of platforms influences human interaction on an individual and community level, as well as on a larger societal level, while the worlds of online and offline are increasingly interpenetrating”.

como essas interações são moldadas, selecionadas e monetizadas por algoritmos e modelos de negócio. Faustino e Lippold (2023) discorrem mais especificamente sobre isso e afirmam que o novo colonialismo é datificado, isto é, fundamenta-se na coleta, extração e circulação de dados como forma de poder e exploração. Nesse sentido, o ambiente digital, além de colocar uma lógica própria acerca da visibilidade e a circulação de conteúdos, também estabelece hierarquias, dependências e desigualdades que atravessam os sujeitos e suas práticas. A plataformização, portanto, não pode ser compreendida como um fenômeno apenas técnico, mas como uma dinâmica social que articula interesses econômicos globais, disputas políticas e modos cotidianos de interação.

Além dos atravessamentos mencionados a serem considerados no fazer-pesquisa no âmbito digital, é necessário refletir também sobre o repertório teórico-metodológico mobilizado pelas Ciências Sociais diante de investigações que se desenvolvem nesse espaço conectado. Como lembram Facioli e Padilha (2019), grande parte da tradição das Ciências Sociais toma as relações face a face como pressuposto para pensar suas metodologias e posturas éticas. Nesse sentido, quando deslocamos o olhar para o digital, especialmente para ambientes plataformizados, emergem tensionamentos, haja vista que respostas pensadas para práticas e métodos presenciais não dão conta das especificidades do campo digital. Todavia, assim como fizeram os autores Facioli e Padilha (2019), também podemos partir dos pressupostos gerais éticos e metodológicos estabelecidos nas ciências sociais para pensar o digital. Como questiona Nascimento (2020, p. 56): “Isto quer dizer que as ferramentas metodológicas da sociologia não seriam mais úteis no mundo digital contemporâneo? Obviamente que não”. Dessa forma, o digital não anula os fundamentos da pesquisa social, mas exige que eles sejam reinterpretados e adaptados ao contexto conectado.

A pesquisa no digital apresenta contornos próprios que problematizam pressupostos metodológicos tradicionais, como por exemplo os termos de consentimento, que no contexto digital se colocam como um ponto mais embaraçoso (Beninger, 2017). Pensar a ética nesse contexto também é diferente: envolve considerar outras formas de conceber a privacidade, formas diversas de coleta e organização de dados, anonimato, confidencialidade, formas de consentimento e, sobretudo, os possíveis riscos e danos para as pessoas usuárias cujas informações aparecem nas pesquisas. Como destacam Facioli e Padilha (2019, p. 235), “o digital aponta para um conjunto de transformações sociais que exigem mudanças no modo como entendemos e investigamos a vida em sociedade”. Portanto, a decisão de pesquisar no digital deve ser cuidadosamente ponderada, uma vez

que não se aplica a todos os casos e exige do pesquisador um posicionamento ético e reflexivo diante dos desafios que esse ambiente impõe (Facioli; Padilha, 2019).

Para mais, pesquisar no digital não pode ser reduzido a uma coleta intensa de dados, quase em uma lógica extrativista. No âmbito das pesquisas sociais, é necessário considerar que tais dados são, na realidade, provenientes de uma rede, um *locus*, um espaço no qual pessoas usuárias tecem relações (Facioli; Padilha, 2019). Assim, um suposto “dado” isolado não revela nada por si só. Tomemos como exemplo um vídeo do TikTok: sem uma contextualização mínima da própria plataforma, de suas possibilidades, de seu público e do momento temporal em que é analisado, o vídeo isoladamente tende a oferecer apenas uma compreensão parcial ou limitada da realidade social. Por outro lado, ao se construírem pontes que permitam compreender os atravessamentos implicados nesse vídeo ou mesmo em uma *trend*³ da plataforma amplia-se o potencial para refletir sobre ele em termos de pesquisa social.

Ou seja, o trabalho sociológico de pesquisa não se reduziria a fazer o download de dados de redes sociais digitais, a extrair métricas automatizadas e gerar visualizações. É preciso fazer um amálgama com teoria social, problemática de pesquisa, construção do objeto, revisão sistemática de estudos empíricos etc. (Nascimento, 2020, p. 43)

Partindo desses pressupostos, como retoma Nascimento (2020), todas as etapas tradicionais que compõem o ofício de pesquisa em sociologia permanecem válidas e devem ser observadas, mesmo no contexto digital, sendo necessário adaptá-las às especificidades das plataformas, à fluidez dos dados e aos atravessamentos sociais que emergem nesse ambiente conectado, garantindo uma análise crítica e contextualizada dos fenômenos estudados.

Um dos pontos centrais para se pesquisar o mundo digital é entender a especificidade do que se está estudando, seja um objeto, um fenômeno ou uma plataforma como um todo. Como menciona Parreiras (2024), é preciso qualificar os artefatos digitais que utilizamos, além de contextualizá-los temporalmente, haja vista que “isso é fundamental porque estamos falando de tecnologias que mudam rapidamente, ganham novas modelagens e funcionalidades ou mesmo podem simplesmente deixar de existir” (Parreiras, 2024, p. 3). A arquitetura e os tipos de dados disponíveis em cada contexto definem quais perguntas de pesquisa podem ser respondidas e até que tipo de questionamentos podemos levantar. Considerando que este trabalho se propõe a discutir e a

³ No contexto do TikTok, “trend” refere-se a um padrão recorrente de criação de conteúdo, como desafios, áudios, hashtags, coreografias, memes ou formatos específicos de vídeo, que se populariza rapidamente entre os usuários. Essas tendências funcionam como molduras coletivas para a produção de conteúdo, incentivando a repetição e a variação criativa de um mesmo modelo.

levantar reflexões acerca da pesquisa social no TikTok, na próxima seção vamos discorrer acerca de algumas particularidades e desafios que surgem ao se investigar essa plataforma.

1.1 “Nossa missão é inspirar a criatividade e trazer alegria”: aspectos gerais sobre o TikTok

Conhecido pelos vídeos rápidos que circulam na plataforma, o TikTok é originário da China e surgiu, em um primeiro momento, com o nome “Douyin” em 2016 (Zulli; Zulli, 2020). O TikTok se globalizou em 2017 e rapidamente se tornou uma das redes sociais mais presentes no cotidiano da vida das pessoas do mundo. Sua consolidação no ocidente foi impulsionada pela fusão com o aplicativo Musical.ly em 2018 (Zulli; Zulli, 2020). No entanto, foi sobretudo durante e após a pandemia de Covid-19 que a plataforma alcançou uma notoriedade massiva entre o público. Essa realidade, em consonância com o que apontam Lins, Parreiras e Freitas (2020), não representa uma ruptura brusca em relação ao que já vinha se configurando anteriormente. A pandemia, nesse sentido, intensificou à máxima potência, se assim podemos dizer, um processo já em curso, as relações mediadas por um mundo conectado e plataformizado, inserindo-nos em um contexto no qual pensar o digital é, factualmente e explicitamente, pensar a própria realidade.

Foi, inclusive, neste contexto pandêmico em 2020 em que passei a ser usuária da plataforma: em meio ao isolamento, assim como outras milhares de pessoas, o TikTok passou a fazer parte de meu cotidiano. Porém, foi só em 2023 que passei a empreender algum tipo de pesquisa neste campo. Esse movimento de pensar a plataforma além de um saber de experiência, nos termos de Feltran (2024), foi também uma virada na forma de conceber o TikTok. Nesse movimento de pesquisa, realizado às vistas da monografia em curso, estudei a comunidade BookTok, especialmente a subcomunidade do BookTok LGBTQIAPN+ (Lopes, 2024). Essa subcomunidade da plataforma compartilhava indicações de literaturas de cunho e autoria LGBTQIAPN+, além de resenhas, listas de livros e discussões sobre trechos. De forma mais singular dentro do guarda-chuva do BookTok, aquela que se propunha a trazer a questão LGBTQIAPN+ apresentava também estratégias para consumir essas obras de maneira discreta, evitando que a interferência de pais e familiares, marcada por questões religiosas e restritivas, limitasse as possibilidades de leitura de adolescentes e jovens que ali participavam.

As mais diversas comunidades do TikTok, tão numerosas que seria impossível enumerá-las, se manifestam na plataforma por meio de diferentes formatos de vídeo e formas de produção de conteúdo. Como destacam Zulli e Zulli (2020), o TikTok opera, em termos gerais, a partir de uma

lógica de replicação e imitação, presente tanto em sua estrutura quanto em sua usabilidade mais cotidiana. Dancinhas, *challenges*, POVs (vídeos em formato de ponto de vista), esquetes, tutoriais, dublagens, lista, desafios, *trends*, áudios virais que se repetem na plataforma: esses e tantos outros formatos e possibilidades estão presentes na plataforma TikTok e são replicados copiosamente. Os diversos formatos e usos talvez se expliquem, em partes, pela quantidade de pessoas usuárias, que somam mais de 775 milhões de usuários ativos e 3 bilhões de downloads (Sollitto; Alejandro, 2022). Para mais, os usos da plataforma são bastante plurais. Além dos criadores de conteúdo, que atravessam diferentes formatos, as dinâmicas do TikTok também apresentam singularidades. Sollitto e Alejandro (2022) destacam que o aplicativo é amplamente utilizado como ferramenta de busca, especialmente entre os mais jovens. Ou seja, em vez de recorrer a buscadores como Google ou Internet Explorer, muitos usuários recorrem ao TikTok, o que gera uma usabilidade específica.

Para empreender uma pesquisa no campo digital, é oportuno compreender, além das usabilidades, a arquitetura e funcionamento das plataformas que estudamos, a fim de entender os limites e possibilidades de pesquisa, como afirmam Facioli e Padilha (2019, p. 237) “no que toca a pesquisa social, as características da estrutura da rede são fundamentais para a reflexão ética sobre que tipo de dados estão disponíveis ao pesquisador e sobre como organizar mecanismos de coleta e de busca por estas informações”. Destarte, pensando no TikTok, discutindo acerca de seu funcionamento de uma maneira geral, é oportuno citar que a experiência do usuário é ostensivamente governada por um algoritmo de recomendação, cujo aprendizado contínuo cria um feed “Para Você” (For You) personalizado. Essa personalização, no entanto, não é um mero serviço ao usuário; ela é o motor central do mecanismo de dataficação, transformando cada interação, ou seja, cada segundo de visualização, cada curtida, cada compartilhamento em dados que alimentam o sistema (van Dijck, Poell, & de Waal, 2018). Além desse feed, há o “following” no qual são expostos vídeos de pessoas que são suas amigas ou então que você segue na plataforma.

Ademais, a arquitetura da plataforma possibilita diferentes formas de interação entre usuários e conteúdos. É possível curtir, comentar, republicar e salvar os vídeos do feed. No caso dos vídeos salvos, eles ficam guardados em uma aba específica do perfil, visível apenas para o próprio usuário, diferentemente dos vídeos republicados, que se tornam públicos. Essa dinâmica de encaminhamento cria, inclusive, um efeito de gamificação: o TikTok registra sequências diárias chamadas “foguinhos”, que aumentam à medida que o usuário mantém contato com a plataforma todos os dias. É possível, ainda, desenvolver uma espécie de “pet” dentro dessa dinâmica relacional,

em que o animal passa por transformações e adquire novas roupagens conforme o contato se mantém.

Pensando além das usabilidades enquanto espectador, a plataforma também oferece, no ícone “+” localizado no centro da interface inicial, na parte inferior, encontra-se o espaço dedicado à criação e edição de conteúdo. Nesse espaço, o usuário pode tanto importar um vídeo já pronto quanto realizar edições básicas diretamente na plataforma. Entre os recursos de edição disponíveis, destacam-se filtros, efeitos, texto e adesivos. Além disso, o criador de conteúdo pode selecionar um áudio já existente nessa aba, o que faz parte também da arquitetura atrelada a uma lógica de replicação e imitação, nos termos de Zulli e Zulli (2020). A criação de vídeos pode, ainda, ocorrer de outras formas, além da produção de conteúdo "primário"; por exemplo, o vídeo pode ser gerado como um dueto ou como resposta a um comentário.

É oportuno citar também uma atualização recente na plataforma no Brasil, ocorrida em maio de 2025, em que houve a introdução do chamado TikTok Shop. Trata-se de uma loja virtual que disponibiliza inúmeros produtos e, de modo a integrar essa funcionalidade ao escopo da plataforma, possibilita que os usuários produzam vídeos vinculados diretamente a determinados itens, promovendo sua comercialização e recebendo coparticipação por isso. As compras podem ser realizadas diretamente dentro do aplicativo, sem necessidade de redirecionamento para outro, e há a opção de salvar um cartão para facilitar ainda mais as transações. Essa atualização, em particular, torna mais evidente o caráter comercializável e de mercadoria da plataforma, ainda que esse aspecto já estivesse presente anteriormente.

Essas discussões iniciais em relação ao funcionamento, arquitetura e possíveis usabilidades da plataforma serão importantes para reconhecermos algumas das questões, tensões e problemas de teor éticos e metodológicos no fazer-pesquisa no TikTok. Por isso, serão apresentadas, na sequência, as questões mencionadas na introdução deste paper e alguns debates que as permeiam.

1.2 Questões, tensionamentos e apontamentos sobre fazer-pesquisa no TikTok

No movimento citado no início deste paper, acerca do fazer e refazer a pesquisa, uma das questões que fizeram com que houvesse o repensar acerca do percurso de pesquisa dizia respeito à exposição das pessoas usuárias e criadoras de conteúdo do TikTok. Em minha monografia, foram colocadas algumas capturas de tela dos vídeos que compunham o *corpus* em questão, além de referências diretas aos nomes dos usuários e links de acesso aos vídeos. No entanto, esse processo, à

priori, não pareceu-me problemático. Isso porque entendia que por “estar público” seria uma justificativa plausível e suficiente para corroborar tais escolhas. No entanto, essa resposta rasa frente à realidade não é, de fato, muito crítica ou mesmo reflexiva sobre o fazer-pesquisa. Retomo aqui, então, a pergunta apresentada inicialmente: “até que ponto se deve garantir o anonimato em um ambiente em que os próprios usuários se expõem publicamente?”.

Como menciona boyd (2010, s. p.) “o fato de os dados estarem acessíveis não significa que seja ético usá-los”. Ou seja, a mera menção à característica pública e expositiva dos conteúdos nas mídias sociais não nos dá o direito de usufruir desses dados sem pensar nos desdobramentos possíveis de tais práticas. Além disso, como mencionam Facioli e Padilha (2019), as fronteiras entre o binômio público e privado não estão tão bem estabelecidas no âmbito digital. Tomar isso como pressuposto, faz-nos refletir que o processo de coleta de informações, dados e afins nas mídias e em especial no TikTok, não é tão simples quanto parece. Não basta baixar o vídeo (função permitida pela plataforma) ou mesmo fazer uma captura de tela e utilizar isso de maneira indiscriminada.

Sobre a questão da exposição pública nos vídeos do TikTok, gostaria de retomar alguns casos recentes em relação à desdobramentos que extrapolam as dinâmicas público-privadas pensadas de maneira tradicional. Recentemente, houve a circulação de um vídeo⁴ na plataforma em que uma pessoa sugeria estar mandando áudio para o chefe mencionando que estava doente e, junto disso, simulando estar em um ambiente hospitalar. O vídeo ganhou muitos likes e uma repercussão absurda, que ultrapassou milhões de visualizações. O conteúdo, então, foi enviado aos chefes da pessoa criadora de conteúdo e, com isso, houve a demissão do criador de conteúdo. Outro caso é de um tiktokker do nicho das dancinhas que teve seus vídeos enviados no grupo da igreja com o objetivo de zombar e retaliar sua presença pelo conteúdo das músicas dançadas e pelas coreografias entendidas como sensuais. Essas situações ilustram um fenômeno que a internet chama de “furar a bolha” ou “estourar a bolha” que se dá, basicamente, quando se perde um suposto controle dos desdobramentos que aquele conteúdo pode assumir.

Ambos os casos citados anteriormente não estão atrelados a uma esfera de uma exposição ocasionada por intermédio de uma pesquisa acadêmica. São situações que ilustram, de certo modo, como o conteúdo em questão pode parecer, de certo modo, inofensivo, mas que, quando colocado em outro contexto (como no grupo do WhatsApp da igreja) tem outros desdobramentos e sentidos.

⁴ Os casos em questão não serão mencionados por meio de links ou outros tipos de acesso, a fim de evitar recolocá-los em evidência e exposição desnecessária.

Na pesquisa podemos traçar um paralelo com isso, haja vista que, ao selecionar quais informações vão aparecer em nossos materiais, podemos estar expondo as pessoas que sequer sabem que estão sendo colocadas nesse contexto. Por isso mesmo, o sentido de “público” dentro do TikTok, talvez possa ser pensado apenas em seu contexto singular: ou seja, é público dentro da plataforma e para o público da plataforma. Até porque, para acessar o aplicativo é necessário fazer um login pessoal⁵, o que acarreta no fato de que não são todos que podem acessar esse conteúdo: seria apenas àqueles usuários da própria plataforma. Como citam Facioli e Padilha (2019, p. 241) “alguém que constrói um perfil público ou semipúblico o faz dentro de um sistema informacional limitado, uma plataforma.”. Sendo assim, talvez precisemos retomar esse debate para entender em que medida podemos, ou se é oportuno, expor as pessoas usuárias.

Mesmo sabendo dessa questão de proteger as pessoas usuárias durante e após o processo de pesquisa, nem mesmo a própria plataforma se coloca de alguma forma a preservar ou orientar seus usuários. No termo de privacidade e segurança do TikTok (2025)⁶ há a seguinte passagem sobre o tópico “informações pessoais”:

O que você compartilha online pode alcançar qualquer pessoa. Por esse motivo, é proibida a publicação de conteúdo com informações pessoais que possam resultar em perseguição, roubo de identidade, fraude ou outros danos. Essa proibição abrange conteúdos postados pela própria pessoa ou compartilhados por terceiros com consentimento.

A afirmação inicial - “o que você compartilha pode alcançar qualquer pessoa” - transfere toda a responsabilidade pela circulação do conteúdo ao usuário, eximindo a plataforma de uma postura preventiva ou protetiva. Nas demais orientações, observa-se que o TikTok parece mais preocupado em delimitar responsabilidades diante de eventuais crimes cometidos dentro da plataforma do que, de fato, em proteger informações pessoais dos usuários, como o título da seção sugere.

Frente a essas exposições, a pergunta inicial “até que ponto se deve garantir o anonimato em um ambiente onde os próprios usuários se expõem publicamente?” revela-se insuficiente, uma vez que parte de uma premissa que a própria “sociedade plataforma” tornou obsoleta: a de que a exposição é uma escolha puramente individual e transparente. Como argumentam van Dijck, Poell e de Waal (2018), as plataformas não são espaços públicos neutros, mas ecossistemas projetados para

⁵Até o final de 2024, era possível acessar o TikTok e visualizar vídeos sem a necessidade de criar uma conta. Recentemente, no entanto, a plataforma passou a exigir login pessoal, o que limita o acesso apenas a usuários cadastrados, modificando as condições de visibilidade e exposição do conteúdo.

⁶ Disponível em: <https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt-BR/privacy-security?cgversion=2025H2update>

incentivar e monetizar a autoexposição. A visibilidade, nesse contexto, é menos um ato de vontade e mais uma consequência da arquitetura do sistema, o que nos obriga a reformular a questão ética fundamental. O debate não deveria ser sobre se devemos proteger sujeitos que "escolhem" se expor, mas sobre como a pesquisa acadêmica deve se posicionar eticamente diante de um sistema que lucra com essa exposição. Retomo, nesse contexto, a afirmativa de danah boyd:

Assusta-me quando aqueles apaixonados por Big Data defendem o direito de coletar, agregar e analisar qualquer coisa a que tenham acesso. Em resumo: se está acessível, está liberado. Para chegarmos a isso, pervertemos o conceito de "público" para significar "acessível por qualquer pessoa, sob quaisquer condições, a qualquer momento e para qualquer finalidade". Retiramos o conteúdo de seu contexto, rotulamos como "dado" e justificamos nossas ações pelo simples fato de termos acesso a ele. [...] O que está em jogo não é se algo é ou não possível, mas sim quais são as consequências não intencionais de fazê-lo. (boyd, 2010, s. p.)

Isso nos leva a um outro conflito direto entre o "direito ao esquecimento" (McCay-Peet; Quan-Haase, 2017; GEL UFMG, 2025) e a permanência do registro acadêmico. Se um usuário apaga seu post, mas a citação e a imagem permanecem eternizadas em um artigo, de quem é a responsabilidade ética? Se a pessoa se identificar na pesquisa e solicitar a exclusão de sua menção, seria possível realizá-lo? No grupo focal conduzido na pesquisa de Beninger (2017), uma das preocupações dos usuários era justamente acerca da dificuldade de apagar as informações permanentemente nas mídias digitais.

Esse panorama coloca em questão outro ponto de teor metodológico e de registros da pesquisa. Cabe, aqui, a pergunta: e o que passamos a não ter acesso por meio da plataforma? Fato é que uma das características centrais do TikTok é sua dinamicidade, em que o que está em alta em uma semana, na outra já é ultrapassado. Além da rápida circulação de conteúdo, a própria permanência do material na plataforma é incerta. Durante a fase de pesquisa em torno do BookTok, por exemplo, a coleta de *links* de vídeos para análise posterior foi uma questão, uma vez que muitos desses materiais foram excluídos antes que eu pudesse acessá-los e analisá-los novamente. Isso suscita uma questão acerca da efemeridade e do desaparecimento de conteúdos nas plataformas digitais, impondo um desafio metodológico significativo: como construir um *corpus* de análise ou uma observação frente a um objeto tão volátil? Talvez devêssemos repensar nossas práticas de armazenamento e refinar nossas anotações em cadernos de campo para lidar com esse cenário. Por exemplo, se o objetivo for analisar interações como comentários ao longo do tempo, a possibilidade de exclusão do conteúdo original deve ser considerada um obstáculo real para a concretização da pesquisa. Diante disso, perguntas como "quais são as alternativas para responder à minha pergunta de pesquisa?" e "o que fazer se o conteúdo desaparecer?" tornam-se parte do fazer-pesquisa.

A questão da extração de dados e coleta de informações se manifesta, também, no teor das políticas e termos das próprias plataformas. Nisso, podemos pensar em como lidar com as políticas de privacidade da plataforma, que dificultam a extração de dados e podem reforçar formas de colonialismo de dados (Faustino e Lippold, 2022). As fronteiras borradas entre o público e o privado, centrais na "sociedade plataforma" (van Dijck, Poell, & de Waal, 2018), materializam-se de forma explícita e contratual nas políticas de privacidade e nos termos de serviço das plataformas. No caso do TikTok, esses documentos legitimam um modelo de negócios extrativista, levantando tensões para a pesquisa.

Uma das cláusulas que podem resvalar no fazer-pesquisa no TikTok é a que proíbe a raspagem de dados (*data scraping*) através de "*scripts automatizados*"⁷. Ela é colocada como uma medida de proteção, e não podemos ignorar que, em certa medida pode ser, factualmente. No entanto, essa diretriz coloca, no âmbito da pesquisa, um mecanismo de controle que centraliza o acesso aos dados a uma plataforma. Ao impedir a extração de dados em massa por pesquisadores, a plataforma garante para si o monopólio sobre a análise e a monetização desse imenso volume de informações. Isso estabelece assimetria de conhecimento: enquanto a plataforma analisa o comportamento coletivo em larga escala, os pesquisadores são relegados a coletas de dados manuais e limitadas, dificultando uma auditoria independente e crítica do ecossistema.

Essa dinâmica evidencia, em partes, um dos pilares discutidos por Faustino e Lippold (2022) acerca do colonialismo digital. A plataforma, agindo como uma potência neocolonial, cerca seu "território" digital, extrai seus "recursos naturais" (os dados dos usuários) e impede que atores externos, inclusive as pessoas pesquisadoras, desenvolvam ferramentas próprias para analisar essa realidade. A proibição da raspagem de dados, portanto, não é uma questão técnica, mas uma política de soberania que protege os interesses comerciais da metrópole corporativa. Como mencionam Faustino e Lippold (2022, p. 125), "a análise em massa e a utilização dos dados têm se apresentado como um dos negócios mais lucrativos de nossa época".

Essa tensão é evidente do mesmo modo na licença de conteúdo. Ao postar um vídeo, o usuário concede ao TikTok uma licença "ampla, irrevogável, gratuita, mundial, perpétua e transferível"⁸ sobre seu conteúdo. Em termos práticos, isso significa que o conteúdo postado é

⁷ Ver ponto 5 dos termos de serviço: <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR>

⁸ No parágrafo completo, menciona-se: "Você ou o proprietário do Conteúdo do Usuário continua titular dos direitos autorais no Conteúdo do Usuário que nos for submetido, porém, ao submeter o Conteúdo do Usuário através dos Serviços, você nos outorga uma licença incondicional, irrevogável, não exclusiva, isenta de royalties, transferível,

convertido em um ativo corporativo. A plataforma se apropria do que van Dijck (2013) chama de "conteúdo gerado pelo usuário" e o transforma em "conteúdo gerido pela plataforma", que pode ser modificado, distribuído e explorado comercialmente sem qualquer compensação.

Essa é a estrutura base da acumulação primitiva de dados, conforme citam Faustino e Lippold (2022), em que há a separação do produtor (o usuário) dos frutos de seu trabalho (seu conteúdo e seus dados), que são então mercantilizados por um terceiro. O usuário, neste modelo, não é um parceiro, mas uma fonte de matéria-prima gratuita. Essa breve reflexão e ponderação é importante, também, para entendermos o funcionamento e como fazer pesquisa em meio a esse cenário, uma vez que, ao desconsiderar essas diretrizes sobre as quais o TikTok atua, também ignoramos uma parcela significativa de possíveis questões-problema de nossos achados empíricos.

Sobre os achados empíricos, há outras questões que se colocam. Isso porque tendo em vista que, legalmente e dentro dos termos da plataforma, não seria possível fazer uma extração massiva de dados, a forma de coleta no TikTok fica mais direcionada a um tecer manual. Nesse processo, não podemos ignorar a questão e impacto dos algoritmos, tanto na questão de pensar a replicabilidade das pesquisas quanto na própria construção de possíveis *corpus* de análise e no posicionamento da pessoa pesquisadora frente a esse cenário. Vamos destrinchar esses itens na sequência, a fim de pensar a prática de pesquisa no TikTok.

Frente à realidade exposta no que tange à apropriação de dados, é oportuno citar, nas palavras de Silveira (2023, p. 18), que essas plataformas “extraem constantemente nossos dados a fim de realizar predições, a ponto de não precisarmos mais querer, uma vez que os algoritmos que aprendem com os dados de comportamento poderão predizer nossas vontades”. Longe de cair em uma lógica determinista acerca dos usos das tecnologias, neste contexto é cabível reiterar o papel dos algoritmos uma vez que eles estabelecem, em certa medida, o que vai nos ser apresentado na interface das plataformas (na For You do TikTok, por exemplo). A dita “experiência personalizada” que o TikTok apresenta como um diferencial do aplicativo, na realidade se dá por uma coleta incessante de informações sobre nós⁹, ou seja, o que curtimos, fazemos, quanto tempo ficamos em

perpétua, de âmbito mundial, para usar, modificar, adaptar, reproduzir, criar obras derivadas, publicar e/ou transmitir e/ou distribuir, e autorizar outros usuários dos Serviços e terceiros a visualizar, acessar, usar, fazer download, modificar, adaptar, reproduzir, criar obras derivadas, publicar e/ou transmitir seu Conteúdo do Usuário, em qualquer formato, e em qualquer plataforma, ora conhecida ou inventada futuramente”. (Ver em: <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR>).

⁹ Ver os tópicos “Informações que você fornece”, “Informações coletadas automaticamente” e “Informações de outras fontes”: <https://www.tiktok.com/legal/page/br/privacy-policy/pt-BR>

cada conteúdo, além de informações de outras esferas, como por exemplo a localização, operadora de celular, modelo de dispositivo, gênero e faixa etária. Essa menção ao que é coletado é importante porque enquanto pessoa pesquisadora que está empreendendo uma pesquisa neste âmbito, precisamos entender que o que nos será apresentado é, de certo modo, uma realidade fragmentada e direcionada ao nosso perfil.

Mesmo que a conta tenha sido acabada de criar, os dados como localização, idade e gênero já estão postos e angariados pela plataforma, logo, haverá sim um direcionamento. Como pensar, então, diante deste cenário, na posição do pesquisador, na replicabilidade das pesquisas e nas desigualdades de acesso e representação, marcadas por diferenças, moldam o que se torna visível ou ausente no campo empírico do TikTok?.

Discutamos, em primeiro plano, a presença da pessoa pesquisadora. *A priori*, tem-se um discurso ou ideia de que a pesquisa empreendida em âmbito digital proporciona um afastamento maior do objeto de estudo. No entanto, a própria lógica algorítmica já coloca em xeque tal afirmativa. Como aponta Gillespie (2018), os usuários reconfiguram suas práticas para se adequarem aos algoritmos dos quais dependem, e estes, por sua vez, moldam a percepção dos públicos. O pesquisador, portanto, não é um observador neutro, mas um participante ativo cuja própria interação com a plataforma alimenta o algoritmo e, conseqüentemente, altera o campo que se investiga. Esse processo tem de estar em vista no ato de fazer pesquisa, uma vez que, ao torná-lo parte dos atravessamentos da pesquisa, pode-se entender melhor e com mais profundidade o campo estudado. O pesquisador está, destarte, em um constante "entrelaçamento com a prática", como descreve Gillespie (2018), em que suas ações e as dos algoritmos se moldam mutuamente, exigindo uma reflexão contínua sobre seu posicionamento e o impacto de sua presença no campo.

Em campo, também temos um entrave, de certo modo, frente aos algoritmos, em relação à replicabilidade de pesquisa. Mesmo que um pesquisador detalhe seu percurso, a replicação dos resultados por outros se mostra improvável. Essa dificuldade decorre de dois fatores: a escala e a efemeridade do conteúdo e, de forma decisiva, a própria natureza da experiência algorítmica. A curadoria do conteúdo é personalizada, o que significa que os mesmos termos de busca não exibirão os mesmos resultados para diferentes usuários ou para o mesmo usuário em momentos distintos. Para isso, nem é necessário empreender, de fato, uma pesquisa: basta convidar um colega a fazer esse movimento de pesquisar a mesma palavra, termo ou hashtag para averiguar como o TikTok

funciona. Contudo, apresento essa questão da replicabilidade não exatamente como um empecilho que invalida a pesquisa, mas como uma característica epistemológica desse cenário.. Ela nos convida a repensar a singularidade na pesquisa e a adotar uma determinada postura ao ler trabalhos nesse contexto, compreendendo que, mesmo ao seguir um percurso metodológico idêntico, o acesso aos mesmos conteúdos é, por definição, uma impossibilidade.

Neste cenário de discrepâncias quanto ao que é visto e acessado, além do âmbito mais individual (como na dinâmica que propus ao convidar um colega para pesquisar um mesmo termo), podemos e devemos refletir sobre o que é visível e invisível na plataforma TikTok. Isso porque, como já discutido, trata-se de uma plataforma que não é neutra. Nesse sentido, como destacam Barretos *et al.* (2022), é importante lembrar que plataformas como o TikTok operam sob a lógica de um algoritmo anti-interseccional, ou seja, existe um padrão considerado desejável que é privilegiado nesse contexto. Assim, esse “mais desejável” acaba, por consequência, alcançando números mais expressivos, em uma dinâmica de visibilidade e invisibilidade (Barretos *et al.*, 2022).

Essa reflexão é oportuna porque, ao considerarmos os critérios para a seleção de um *corpus* de análise, por exemplo, é necessário transcender a ideia de mera coleta de dados, sob o risco de reproduzir as mesmas lógicas de exclusão que se pretende problematizar. Adotar indicadores quantitativos como critério principal de seleção significaria, na prática, operar sob a mesma lógica da plataforma. Ou seja, definir como critério os vídeos mais curtidos, acessados ou compartilhados precisa ser objeto de questionamento. O algoritmo anti-interseccional, como lembram Barretos *et al.* (2022), privilegia um padrão normativo de sujeito e conteúdo, frequentemente branco, jovem, cis-heteronormativo e sem deficiência, que, por ser considerado “mais desejável”, alcança maior circulação e engajamento¹⁰. Consequentemente, esse conteúdo gera números mais expressivos, consolidando uma economia da visibilidade que sistematicamente marginaliza corpos e vivências dissidentes.

Sob tal ótica, e em resposta a esse desafio, as autoras Barretos *et al* traçam alternativas para consolidarmos nossas pesquisas, como por exemplo a de adotar uma postura metodológica que tome esse processo de exclusão e marginalização como parte dos entraves e atravessamentos da pesquisa, traçando alternativas para controlá-los. Para elas, a estratégia metodológica deve se deslocar

¹⁰ Essa lógica fica bastante notória em um vazamento sobre as regras de moderação do TikTok que ocorreu em 2020 e que explicita como a moderação da plataforma atuava de modo a excluir e esconder vídeos de pessoas que, de algum modo, não estivessem em uma zona normativa. Ver mais em: <https://www.intercept.com.br/2020/03/16/tiktok-censurou-rostos-feios-e-favelas-para-atrair-novos-usuarios/>

de uma coleta passiva para uma "busca ativa" e intencional por marcadores de diferença, ou seja, *hashtags* específicas de nichos, perfis de criadores que se autodeclaram pertencentes a grupos sub-representados e discursos que tensionam as narrativas dominantes. Isso implica, como sugerem Barretos *et al.* (2022), "alimentar os algoritmos com buscas conscientes e consistentes por outros corpos e performances". É evidente que caso a pesquisa empreenda alguma temática que vise levantar os acionamentos de discursos normativos, haverá outro percurso. No entanto, não podemos deixar de pensar nessa lógica da plataforma, em sua operação e no que temos acesso por intermédio dela.

Esses questionamentos e reflexões acerca da plataforma levantam alguns pontos teóricos, éticos e metodológicos em relação à prática de pesquisa no campo da plataforma TikTok. Em todas essas questões, percebe-se atravessamentos que, em alguma medida, podem alterar ou evidenciar determinadas escolhas durante o desenho e percurso de pesquisa. Cabe salientar que cada pesquisa possui suas próprias características, perguntas e objetivos que devem ser vislumbrados e tecidos em conjunto com essas e tantas outras pontuações que o campo nos coloca. Pesquisar é, também, entender que se trata de um campo aberto com seus conflitos, tensões e problemas das mais diversas esferas e, no digital, tais características não seriam díspares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este paper se propôs a levantar algumas questões, problemas e atravessamentos que passam pela pesquisa situada no TikTok e, também, em outras plataformas digitais. É oportuno citar que essa discussão não visa engessar o trabalho da pessoa pesquisadora em campo. A intenção, com esse trabalho, é suscitar o debate sobre o poder e a permanência de nossos próprios atos de pesquisa. Cada investigação encontrará esses dilemas de maneiras distintas; algumas os enfrentarão diretamente, enquanto outras os tangenciarão ou os encontrarão sob novas formas. O ponto base é reconhecer que, ao pesquisar a sociedade plataforma, não somos observadores neutros, mas participantes ativos em um ecossistema que borra constantemente as fronteiras entre o público, o privado e o permanentemente registrado.

Nesse sentido, também entendo que neste paper não há a possibilidade, nem é o objetivo, de cessar ou esgotar as possibilidades e discussões acerca do pesquisar no TikTok. Há outros inúmeros debates a serem levantados frente a esse cenário, do qual foi preciso delimitar determinadas perguntas para serem trazidas aqui neste trabalho. E nem mesmo as perguntas escolhidas foram, de

algum modo, totalmente contempladas, haja vista que a própria característica da plataforma torna inviável a construção de respostas estanques e finalizadas sobre qualquer tema. Saliento, com isso, que o espaço para pensar o TikTok como um campo de pesquisa deve ser aberto e debatido, uma vez que é um espaço que faz parte das usabilidades cotidianas e que coloca suas próprias questões a serem pensadas.

Como um ponto que contempla todas as perguntas abarcadas neste paper, penso ser oportuno tomarmos a noção de ética situada em nossos estudos sobre plataformas e aqui, em especial, ao TikTok. Essa noção está em consonância com o que Beninger (2017, p. 58) nos traz, no qual afirma:

Fazer pesquisa eticamente não se trata de encontrar um conjunto de regras a serem seguidas, nem de preencher uma lista de verificação. Em vez disso, os pesquisadores precisam trabalhar em um conjunto de decisões específicas ao contexto, caso a caso, e se guiar por princípios éticos fundamentais.

Partindo disso, respondo brevemente à proposição inicial de também debater acerca de adaptações e criações de metodologias frente à complexidade dos objetos emergentes nesse contexto. A pesquisa nesse campo digital, em especial no TikTok, configura-se, como pudemos vislumbrar, como um exercício de cartografia crítica: um mapeamento de um terreno em constante mutação, que exige do pesquisador a consciência de sua própria posição nesse mapa e um compromisso ético com os sujeitos e suas práticas, cujas expressões digitais constituem o campo de estudo. A metodologia, nesse cenário, não é um conjunto de ferramentas pré-definidas, mas um processo intrinsecamente adaptativo, reflexivo e indissociável das questões éticas que o próprio objeto impõe.

Retomamos, então, Latour (2006) para refletir sobre a metáfora da estátua e seus múltiplos pontos de vista. Ela pode ser observada de diferentes ângulos devido à sua configuração e complexidade. De forma semelhante, podemos pensar no estudo das plataformas, nas quais somos constantemente tensionados por características de complexidade, múltiplas dobras, desdobramentos e questões que surgem continuamente. Assim, as diversas questões éticas e metodológicas que permeiam o TikTok evidenciam que estamos lidando, de fato, com um artefato complexo, que demanda atenção cuidadosa e reflexiva em cada decisão de pesquisa.

REFERÊNCIAS

BARRETOS, D.; XAVIER, K. .; BETTONI, I.; ZILLER, J.; HOKI, L. A importância de um olhar interseccional nas pesquisas em plataformas digitais: análises sobre lesbianidades. **Mídia e Cotidiano**, v. 16, n. 3, p. 72-93, 21 set. 2022.

BENINGER, Kelsey. **Social media users' views on the ethics of social media research**. In: SLOAN, L.; QUAN-HAASE, A. (Orgs.). *The Sage handbook of social media research methods*. Los Angeles: SAGE, 2017. p. 57–73.

BOYD, Danah. Privacy and publicity in the context of Big Data. In: INTERNATIONAL WORLD WIDE WEB CONFERENCE, 19., 2010, Raleigh. *Proceedings [...]*. New York: ACM, 2010. Disponível em: <https://www.danah.org/papers/talks/2010/WWW2010.html>. Acesso em 2 jul. 2025.

FACIOLI, Lara Roberta Rodrigues; PADILHA, Felipe André. Ética e pesquisa em ciências sociais: reflexões sobre um campo conectado. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 24, n. 1, p. 228–258, 2019. DOI: 10.5433/2176-6665.2019v24n1p228. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/33130>. Acesso em: 5 jun 2025.

FALTESEK, Daniel *et al.* Tik'Tok as television. **Social Media+ Society**, v. 9, n. 3, 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051231194576>. Acesso em: 28 nov. 2024.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo Digital: por uma crítica hacker-fanoniana**. Prefácio de Sérgio Amadeu. São Paulo: Boitempo Editorial, 2023.

FELTRAN, Gabriel. **Métodos qualitativos e etnografia: um ensaio metodológico**. In: MOTTA, L.; ZANAN, B. (orgs.). *Metodologia de pesquisa em sociologia: elaborando um projeto e realizando uma pesquisa*. São Carlos: EDUFSCar, 2024.

GEL UFMG. Anita Lucchesi - **Lésbicas entre aspas: uma reflexão-dilema sobre memória, lesbianidades e dados**. YouTube, 27 jun. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/nS6fBOG5wb8?si=esnTdLR51hvzaqNO>

LATOURE, Bruno. Como terminar uma tese de sociologia: pequeno diálogo entre um aluno e seu professor (um tanto socrático). **Cadernos de Campo** (São Paulo - 1991), São Paulo, Brasil, v. 15, n. 14-15, p. 339–352, 2006. DOI: 10.11606/issn.2316-9133.v15i14-15p339-352. Disponível em: <https://revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50121..> Acesso em: 3 ago. 2025.

LINS, Beatriz Accioly; PARREIRAS, Carolina; FREITAS, Eliane Tânia de. Estratégias para pensar o digital. **Cadernos de Campo** (São Paulo - 1991), São Paulo, Brasil, v. 29, n. 2, p. e181821, 2020. DOI: [10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe181821](https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe181821). Disponível em: <https://revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181821..> Acesso em: 1 jul.. 2025.

LOPES, Steyce. **Quem tem medo do livro mau?: Um estudo sobre as resistências LGBTQIAPN+ no BookTok**. TCC. Curso de Comunicação Organizacional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2024.

McCAY-PEET, Lori; QUAN-HAASE, Anabel. **What is social media and what questions can social media research help us answer?** In: SLOAN, L.; QUAN-HAASE, A. (Orgs.). *The Sage handbook of social media research methods*. Los Angeles: SAGE, 2017. p. 13–26.

NASCIMENTO, Leonardo. **Sociologia digital: uma breve introdução**. Salvador: EDUFBA, 2020.

PARREIRAS, Carolina. Etnografia e uso de plataformas digitais: Aprendendo com o WhatsApp. **Novos Debates**, [S. l.], v. 10, n. 1, 2024. DOI: 10.48006/2358-0097/V10N1.E101011. Disponível em: <https://novosdebates.abant.org.br/revista/index.php/novosdebates/article/view/421>. Acesso em: 1 jul. 2025.

ROGERS, Richard. **Digital methods**. MIT press, 2013.

SÁ MARTINO, Luis Mauro. **Teorias das mídias Digitais**. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Colonialismo digital, imperialismo e a doutrina neoliberal**. In: FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter (orgs.). *Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana*. São Paulo: Boitempo, 2023.

SOLLITTO, André; ALEJANDRO, Diego. TikTok substitui o Google como ferramenta de busca entre os mais jovens. **Veja**, São Paulo, 23 set. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/tiktok-substitui-o-google-como-ferramenta-de-busca-entre-os-mais-jovens/>. Acesso em: 3 ago. 2025.

TikTok. Política de Privacidade. TikTok, [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <https://www.tiktok.com/legal/page/br/privacy-policy/pt-BR>. Acesso em: 1 jun. 2025.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: A critical history of social media**. Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world**. Oxford university press, 2018.

ZULLI, Diana; ZULLI, David James. Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New media & society**, v. 24, n. 8, p. 1872-1890, 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444820983603>. Acesso em 5 jun. 2025.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA: Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

FINANCIAMENTO: O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

CONTRIBUIÇÃO DA AUTORA: Não se aplica.

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE: A autora declara que não há conflito de interesses a mencionar.

MINIBIOGRAFIA DA AUTORA DO PAPER: Steyce Dayane Lopes é Mestranda em Sociologia na Universidade Federal do Paraná (UFPR), bacharela em Comunicação Organizacional e pesquisa relações de gênero e lesbianidades nas mídias digitais.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.