A UTILIZAÇÃO DO TIKTOK COMO UMA FERRAMENTA DE TRADUÇÃO DE CONTEÚDOS DA CIÊNCIA POLÍTICA

Aline Bora Sieczko[1]

Resumo

A rede social digital TikTok ganhou espaço no Brasil desde a pandemia de covid19 e possibilita que os indivíduos se expressem das mais diversas formas possíveis, uma delas é quando o assunto é o debate da Ciência Política. Esta ferramenta tem possibilitado a tradução de acontecimentos, conceitos e debates do campo da política para um público que não está dentro de espaços como a universidade, levando conteúdo de uma maneira de fácil entendimento e compreensão. Desta forma, este trabalho tentará entender se os vídeos do TikTok conseguem trazer a tradução dos conteúdos da Ciência Política para dentro de uma plataforma de vídeos que tem como característica ser dinâmica e para um público que não está dentro da seara do conhecimento acadêmico. Para isso, serão analisadas duas hashtags, a #LefTikTok que conta com 765.5 Milhões de visualizações e a #RightTikTok como 9.5 Milhões de visualizações, para assim poder trazer o que se é produzido pelos dois lados da construção do discurso. A metodologia utilizada será a coleta e análise dos vídeos a partir de uma raspagem de dados pelo tiktok-scraper, tendo o intuito de observar 100 publicações aleatórias de cada hashtag. As categorias a serem avaliadas são a identificação da publicação, tradução de conteúdo, formato (como dança, narração coberta por imagens, tutorial ou paródia) e se existe ou não um discurso ativista ou identitário. Os resultados alcançados foram que dentro das hashtags não foi possível identificar uma grande quantidade de ensino de Ciência Política, porém, em contrapartida discurso ativista foi bem presente.

Palavras-chave: TikTok; LefTikTok; RightTikTok; Ciência Política.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) tomaram conta de diversos espaços, espaços esses nunca antes imaginados. Em especial podemos apontar como as redes sociais digitais se expandiram pelo mundo e se tornaram o maior meio de comunicação e interação dos indivíduos. Essa lógica é possível devido a internet ser um fenômeno pós-massivo, ou seja, de muitos para muitos (SAMPAIO, BRAGATTO, NICOLÁS, 2016).

Dentro do catálogo das mais diversas redes sociais digitais, temos o TikTok, um aplicativo lançado no ano de 2017 pela empresa ByteDance com sede em Pequim, onde em 2018 fundiu-se com

[1] Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade Federal do Paraná, e-mail: alinesieczko@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6734-7103.

a Musical.ly para poder expandir a comunidade de vídeo (SERRANO, PAPAKYRIAKOPOULOS, HEGELICH, 2020; PEREIRA, MONTEIRO, 2021; GARCÍA, 2021).

A proposta do aplicativo é a produção de vídeos de curta duração, que tinha como proposta inicial produções de 15 a 60 segundos, mas que com o passar do tempo chegou a 10 minutos[2]. De modo que, os vídeos são reproduzidos automaticamente ao abrir o aplicativo, na sua página inicial "*for you*", induzindo assim o usuário a começar a assistir os *feed*, para assistir o próximo vídeo, deve o usuário deslizar a tela para cima, podendo acessar ilimitadamente os vídeos no aplicativo (WEIMANN, MASRI, 2020).

O TikTok foi uma das plataformas mais baixadas no AppStore e é umas das plataformas mais acessadas no mundo, superando aplicativos mais tradicionais como Facebook, Instagram, Messenger e Snapchat em relação a instalações, tendo 800 milhões de usuários, estando disponível em 175 países e comportando 75 línguas (PEREIRA, MONTEIRO, 2021; WEIMANN, MASRI, 2020).

Neste sentido, o TikTok é um aplicativo onde os usuários podem assistir, navegar, ver memes, entre outras coisas (WEIMANN, MASRI,2020), além do aplicativo possibilitar uma ampla gama de edições, como: combinações de vídeos, inclusão de vídeos feito pelo próprio *smartphone*, upload de fotos, entre outras diversas funcionalidades, sendo uma rede social extremamente adaptativa (CERVI, TEJEDOR, MARÍN LLADÓ, 2021).

Deste modo, o TikTok está criando um novo caminho da comunicação, onde o lema é ser criativo, lidar e se apropriar das mais diversas ferramentas, utilizando uma linguagem simples para caber no tempo necessário dos vídeos. Levando uma comunicação mais descentralizada e distribuída, com publicações rápidas e dinâmicas (PEREIRA, MONTEIRO, 2021).

Neste sentido, o TikTok está sendo apropriado das mais diversas formas e por usuários que trabalham dos mais diferentes temas. Um dos temas trabalhados dentro da plataforma é a Ciência Política, chegando assim ao tema central que este trabalho tentará responder: os criadores de conteúdo dentro do TikTok conseguem traduzir os conteúdos da Ciência Política? Levando em consideração que a plataforma é dinâmica e que os usuários não estão inseridos no meio da seara do conhecimento acadêmico.

Para esta análise serão examinadas duas hashtags, que são a) #LefTikTok, contando com 765.5 Milhões de visualizações; e b) #RightTikTok, que possui 9.5 Milhões de visualizações, que têm produções variáveis, desta forma por serem duas hashtags que demonstram um espectro político-ideológico distintos, se faz importante analisar a construção dos dois ideários e analisá-los. Para assim

[2] Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/tiktok-agora-permite-videos-de-dez-minutos/>.

poder perceber e analisar como está a construção dos conteúdos da Ciência Política dentro da plataforma.

Neste sentido os resultados esperados eram de que ambas as hashtags trouxessem o debate da Ciência Política em um sentido de explicá-la e conceituá-la, porém o que se chegou é que ambas estão em um espectro político ideológico, trazendo mais um debate sobre posicionamentos políticos do que de explicação, como veremos nos resultados.

2. ENSINO, CIÊNCIA POLÍTICA E TIKTOK

Percebemos que a plataforma TikTok tomou conta dos mais diversos espaços, que além de dancinha e dublagem, também dispõe/fornece conteúdo educacional (OLIVEIRA, 2021), de modo que "A missão do TikTok é inspirar criatividade e trazer alegria." (TIKTOK, 2020).

Desta forma, o TikTok cumpre o papel de ser uma plataforma que devido suas diversas possibilidades, incentivando a criatividade dado seus efeitos e desafios (WEIMANN, MASRI, 2020), consegue se tornar uma ferramenta para divulgação, debate e tradução para um público que não está dentro do espaço acadêmico formal, podendo assim ter contato com conhecimentos de maneira mais simples e rápida, dentro dos vídeos curtos que a plataforma disponibiliza.

Neste sentido, a plataforma se torna interessante devido ao fato de que o indivíduo pode assistir diversas vezes o mesmo vídeo, podendo ter uma melhor compreensão do tema tratado (BARIN, ELLENSOHN, DA SILVA, 2020). Desta forma, os conhecimentos que antes estavam apenas nos livros, começam a ter forma visual, tendo interatividade e muitas vezes compostos por elementos populares do momento, o que resulta na ressignificação do conhecimento composto por ludicidade, interatividade e colaboratividade, a partir de ferramentas gratuitas que democratizaram o ensino/aprendizagem (DA SILVA MONTEIRO, 2020).

Faz-se importante salientar que não é tratado aqui a internet e as redes sociais, principalmente o TikTok, como as ferramentas que irão resolver os problemas de ensino-aprendizagem, muito menos que elas irão substituir os espaços formais de troca de conhecimento e saberes, mas sim que são instrumentos para auxiliar no processo de passagem de conhecimento, se apropriando das tecnologias que estão ao nosso redor.

É também sabido que mesmo que a internet seja de um custo mais baixo, ainda existe uma desigualdade em relação ao acesso entre as classes sociais. Em 2019, a CETIC (2020) apurou que no Brasil existem 134 milhões de usuários de internet, sendo que a cada quatro indivíduos um não usa

internet, alcançando/perfazendo aproximadamente 47 milhões de não usuários. Fazendo este pequeno adendo, voltamos para a questão do TikTok como ele possibilita aprendizagem.

O autor Da Silva Monteiro (2020) ainda aponta sobre a transdisciplinaridade que a plataforma TikTok possibilita ao aprendizado, apresentando os conhecimentos de uma maneira plural e com maior criatividade, além de vincular o saber ao entretenimento e trazer o que era abstrato ao mundo real, demonstrando na prática o saber construído.

Desta forma, destaca-se que já existem diversas iniciativas de ensino de conteúdo no TikTok, tanto de contas de professores ou especialistas na área, como por exemplo: o Sandro Curió, @matematicasandocurio, que é professor de matemática; Noslen de Oliveira, @professornoslen, que é professor de língua portuguesa; Kananda Eller, @deusacientista, que é professora de química; Rodrigo Baglini, @professorbaglini, que é professor de história; como também conhecedores de alguma área, como a Luiza França, @inglesdaluiza, que é engenheira e fala sobre inglês no seu perfil (OLIVEIRA, 2021).

As possibilidades são muitas, ao rolar o feed da plataforma podemos ter contato com diversos conteúdos dos mais diversos temas, que se utilizam da plataforma com suas mais diversas funcionalidades para criar conteúdo educacional e criativo para os usuários desta rede.

Além dos perfis, uma das muitas funcionalidades do TikTok é a utilização de hashtags na descrição dos seus vídeos, Carson (2021) aponta que a hashtag permite que os usuários compartilhem e ouçam ideias de outros indivíduos que habitam a plataforma, Serrano, Papakyriakopoulos e Hegelich (2020) ainda complementam que com o uso da hashtag é possível pesquisar vídeos e verificar os resultados mais populares da rede, desta forma, "as hashtags mais utilizadas representam temas que estão em alta na plataforma" (SERRANO, PAPAKYRIAKOPOULOS, HEGELICH, 2020).

Neste sentido a hashtag é precedida pelo sinal # e um termo desejado, usado normalmente nas redes sociais, sendo utilizado para indicar algum tópico específico[3]. Ao clicar no link que ela gera, o usuário é levado para outra página onde aparece todo o conteúdo criado em que foi utilizado esta hashtag. O que expõe a diversos pontos de vistas e informações detalhadas sobre o que foi pesquisado, auxiliando na recepção de conteúdos mais detalhados (VRAGA, 2019).

Dentro das hashtags é possível encontrar as que são voltadas para ensino-aprendizagem, como o #AprendaNoTikTok (8.3 Bilhões de visualizações), a #edutok (149.4 Bilhões de visualizações), a #AgoraVocêSabe (9.9 Bilhões de visualizações), entre diversas outras. Nessas hashtags citadas é

[3] Disponível em: <https://www.lexico.com/definition/hashtag>

possível perceber que se é trabalhado as mais diversas temáticas, indo da Biologia para a Matemática, como também, moda ao design.

Desta forma, chegamos as hashtags que serão analisadas neste trabalho #LeftTikTok (765.5 Milhões de visualizações) e #RightTikTok (9.5 Milhões de visualizações), em tradução livre a primeira significa esquerda TikTok e a segunda é direita TikTok.

Ambas as hashtags contam com criações que se utilizam das diversas ferramentas que o aplicativo possibilita, duetos, respostas, edições, música, fundo verde, entre outros. Apesar delas terem um cunho ideológico, é possível encontrar ensino de conceitos básicos da Ciência Política, mesmo que em pouca quantidade, como veremos nos resultados obtidos, é um espaço que pode ser apropriado dentro de sua forma e limitações.

Nesta sequência se faz necessário definir, mesmo que de uma maneira simples, o que é Ciência Política, utilizando o Dicionário de Política de Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998) que aponta que ela estuda os fenômenos políticos na medida do que é possível, trazendo um rigor científico, não favorecendo os dados imprecisos, mas tendo como base os fatos. Ainda para os mesmos autores, a ciência seria o oposta da opinião.

Com isso, podemos melhor trazer os resultados obtidos, lembrando que este estudo é ainda inicial e que espera-se que com o passar dos anos, tenha mais conteúdos produzidos dentro da plataforma voltada para ensino de Ciência Política.

3. METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa a metodologia utilizada consistirá na coleta e análise de dados dos vídeos, que se dará a partir de raspagem de dados utilizando o tiktok-scraper, utilizando a linguagem R, na opção “get_posts” para assim poder extrair as hashtags #LeftTikTok e #RightTikTok.

Na coleta de dados, o retorno obtido no #LeftTikTok foi 985 publicações e no #RightTikTok foi 989 publicações, desta forma, para se fazer a análise dos vídeos foram escolhidas aleatoriamente 100 publicações de cada uma das hashtags.

A técnica para a análise de conteúdo será quantitativa, que se trata sobre “criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou

contextos." (SAMPAIO, LYCARIÃO, 2021). A análise quantitativa é considerada a técnica mais segura e científica para se fazer em relação a análise de textos, vídeos e outros diversos formatos.

Para se fazer a análise dos dados foi feito um livro de código com base nos trabalhos realizados por Cervi, Tejedor, Marín Lladó (2021), Fernandéz (2022) e Livro de códigos - TikTok e a representatividade negra em postagens de hashtag[4], com algumas alterações para comportar o objetivo dessa pesquisa.

Sendo assim as categorias a serem analisadas são:

TABELA 1 – Variáveis e categorias

Variável	Categoria
V1) Identificação da publicação	ID e Link
V2) Tipo do vídeo	1 - Vídeo; 2 - Dueto; 3 - Desafio; 4 - Resposta.
V3) Formato	1 - Apenas vídeo; 2 - Vídeo com Efeitos; 3 - Vídeo com Música; 4 - Vídeo e Texto; 5 - Vídeo com Efeitos e Música; 6 - Vídeo com efeitos e Texto; 7 - Vídeo com Música e texto; 8 - Vídeo com efeitos, texto e música.
V4) Ações	1 - Falar; 2 - Dançar; 3 - Cantar; 4 - Outros.
V5) Funcionalidades	1 - Fundo verde; 2 - Edição; 3 - Não se aplica.
V6) Ator Principal do vídeo	1 - Indivíduo comum; 2 - Professor; 3 - Influenciador Político; 4 - Político; 5 - Jornalista;

[4] Livro de códigos disponível em: <https://bit.ly/3Nu7M1Q>. Acesso 26 jul 2022

	6 - Outros; 7 - Não é possível identificar.
V7) Ensino de Ciência Política	1 - Conceitua teoria da Ciência Política; 2 - Não conceitua teoria da Ciência Política.
V8) Qual temática da Ciência Política apresenta	1 - Teoria Marxista; 2 - Capitalismo; 3 - Socialismo; 4 - Nazismo; 5 - Feminismo; 6 - Política Brasileira; 7 - Economia; 8 - Outra temática; 9 - Não se aplica.
V9) Conteúdo trabalhado no ensino de Ciência Política	1 - Sim; 2 - Não.
V10) Vídeo de opinião	1 - Sim; 2 - Não.
V10.1) Tipo de opinião	1 - Corrupção; 2 - Eleições; 3 - Socialismo; 4 - Comunismo; 5 - Capitalismo; 6 - Golpe; 7 - Outra temática; 8 - Não se aplica.

FONTE: A autora (2022).

4. RESULTADOS

A partir de tudo que foi trabalhado até aqui podemos passar para a fase de interpretação dos dados coletados. Convém, contudo, destacar que do total de 200 vídeos levantados para a análise (100 de cada hashtag), 5 vídeos foram descartados pois estavam sendo narrados em inglês, sendo assim o total de vídeos considerados foram 195.

Outro ponto relevante a ser levado em consideração é que um vídeo poderia não conceituar o Ensino de Ciência Política, porém, estar dentro da temática da mesma, bem como estar dentro do Ensino, uma variável não exclui a outra.

Quando analisado o V2) Tipo de vídeo produzido, percebemos que não houve nenhum desafio, a maioria era Vídeo com 83,1% (162 vídeos), quando olhamos para vídeos que tinham caixinhas de respostas de perguntas que outros usuários fizeram temos 13,3% (26 videos), já os duetos atingem uma menor porcentagem com 3,6% (7 vídeos). Uma nova funcionalidade dentro da plataforma TikTok é o Costurar, que permite ao criador de conteúdo combine vídeos com o que está criando, podendo ser apenas uma parte do vídeo[5]. Para a análise foi considerado o Costurar como apenas Vídeo.

No V3) Formato de vídeo a sua grande maioria era constituído por Vídeo com Música e Texto 33,8% (66 vídeos), seguido por Apenas vídeo 22,1% (43 vídeos), temos também Vídeo com Efeito com 14,4% (28 vídeos), os demais eram, Vídeo com Música 7,7% (15 vídeos), Vídeo e Texto 7,2% (14 vídeos), Vídeo com Efeito e música e Vídeos com efeito, texto e música cada um com 6,2% (12 vídeos cada um) e por fim Vídeos com efeitos e textos com 2,6% (5 vídeos).

O recurso texto e música são muito comuns dentro da plataforma, muitas vezes o usuário nem fala no vídeo porém, coloca algo escrito para demonstrar o que está querendo transmitir e usa um efeito sonoro como fundo. É importante pontuar que os áudios foram considerados como música para esta análise.

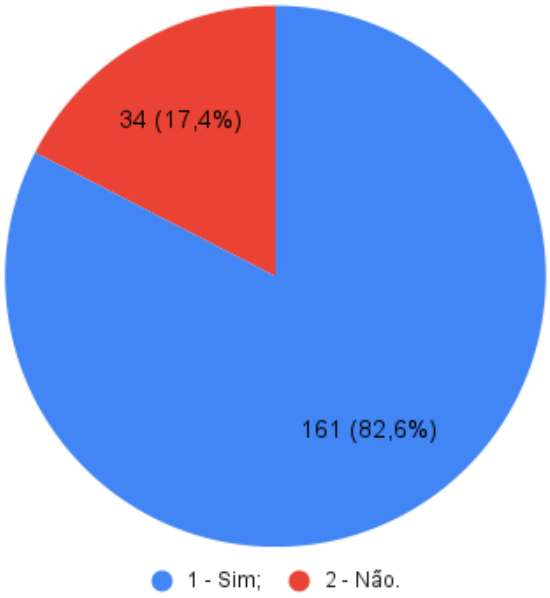
Quando levado em consideração as V4) Ações feitas pelo indivíduo, o mais comum são os vídeos falados com 53,3% (104 vídeos), em contrapartida outros tipos de ações também eram muito comuns com 41,0% (80 vídeos), que podem ser dublagem ou quando o indivíduo não aparece no vídeo. O dançar contou com 4,1% (8 vídeos) e o cantar 1,5% (3 vídeos).

Ao levarmos em consideração o V6) Ator principal do vídeo temos o indivíduo comum com 84,1% (164 vídeos). Um adendo importante é que a possibilidade de Influenciador Político foi descartada, devido sua complexidade de definição para análise. Quando olhamos para políticos temos 6,2% (12 vídeos), para professores encontramos uma pequena quantidade, 2,6% (5 vídeos) jornalistas e outros contam com 1,5% cada um (3 vídeos cada um) e os vídeos que não são possível identificar o ator contam com 4,1% (8 vídeos).

Ao analisar os vídeos o olhar dado foi de explicações de conceitos da Ciência Política, seja de maneira breve ou mais detalhada, mas sempre levando em consideração conteúdos que pudessem ser utilizados dentro de sala de aula. Porém, o que foi percebido que em sua grande maioria eram vídeos de opinião, como podemos ver no Gráfico 1:

[5] Disponível em: <https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/creating-videos/stitch>

GRÁFICO 1 – Vídeo de opinião (Left e Right)



FONTE: A autora (2022).

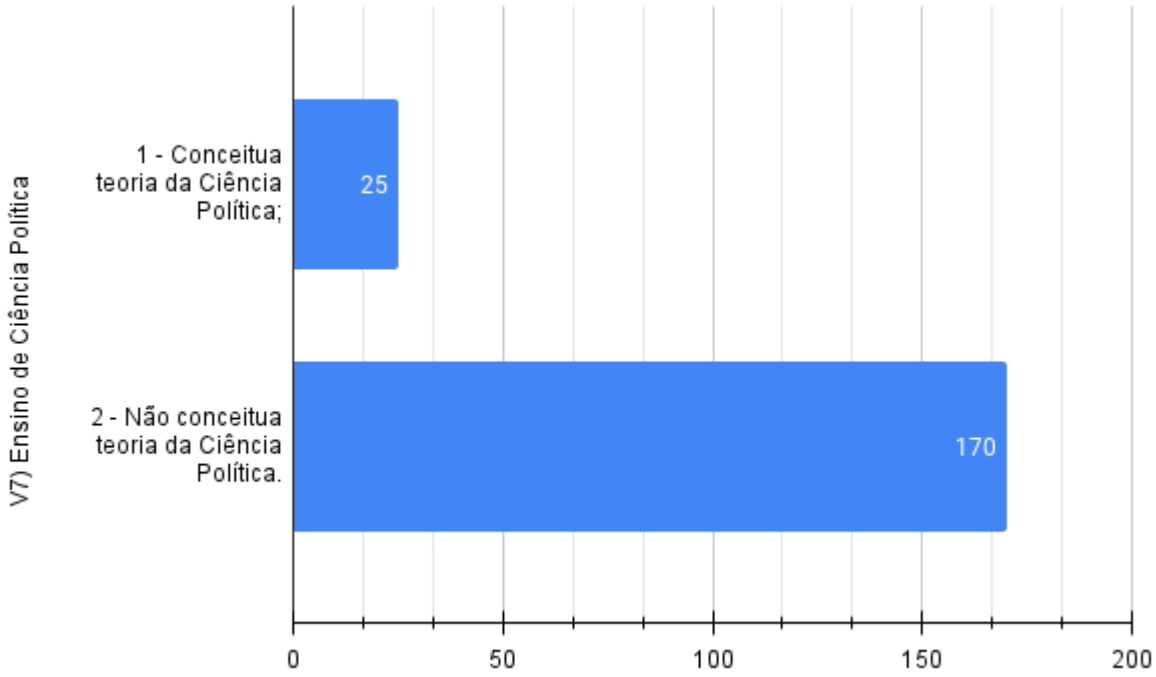
Isto pode ser explicado devido a: 1) ser duas hashtags que não são específicas sobre o ensino de ciência política, sendo muitas vezes uma guerra de narrativas sobre dois pontos ideológicos distintos; e 2) a internet e as redes sociais são um espaço de criação de conteúdo (WEIMANN, MASRI, 2020), o que leva a muitas vezes a não preocupação com a responsabilidade das produções (não levando um conteúdo aprofundado).

Não podemos excluir a ideia de que a plataforma TikTok é um espaço usado muitas vezes para o entretenimento e propagação de opinião, logo, as mais diversas criações serão encontradas nesse espaço.

Algo que chamou a atenção é que alguns usuários apareciam tanto na hashtag #LeftTikTok como na #RightTikTok, isto pode se dar por diversas questões, um pelo qual o criador de conteúdo quer apenas usar as hashtags por serem o que está em alta, ou por querer visualizações de ambos os lados, podendo revelar também um desconhecimento do que cada uma representa.

Um dos pontos mais importantes a serem analisados nesta pesquisa é sobre se os vídeos conceituam ou não os conteúdos da ciência política (V7), considerando o uso das duas hashtags. Percebemos pelo Gráfico 2 que em sua grande maioria não é conceituados os conteúdos da ciência política, porém, vemos alguns vídeos que se destacam para conceituar:

GRÁFICO 2 – Ensino de ciência política (Left e Right)

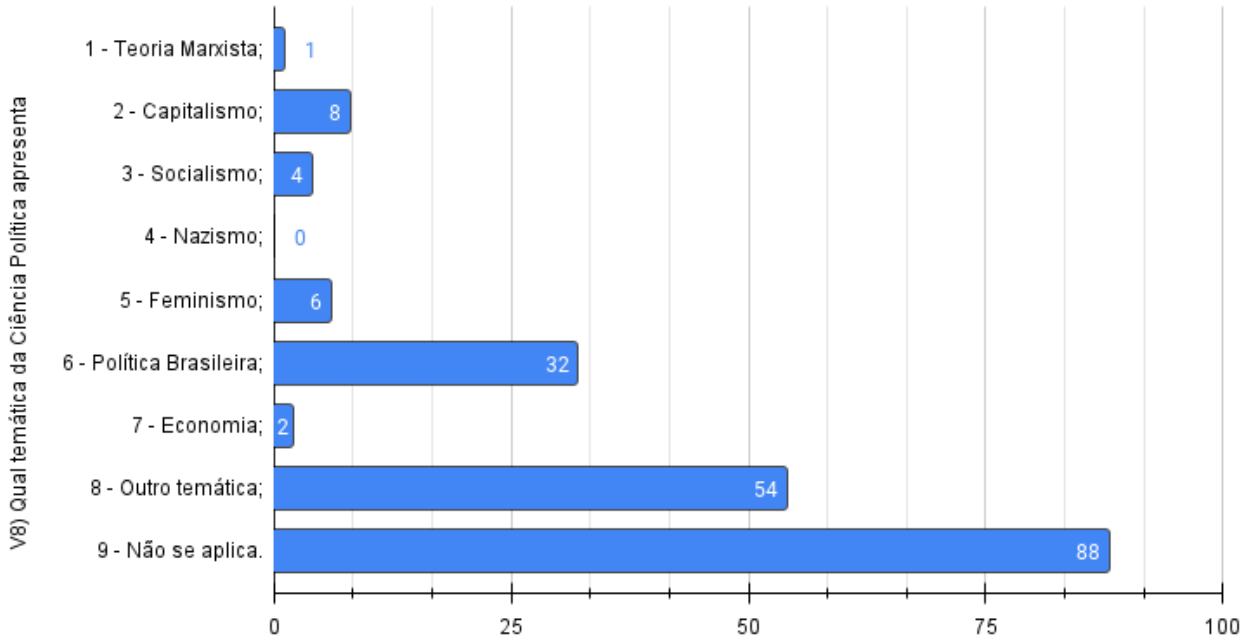


FONTE: A autora (2022).

Percebemos que os vídeos que conceituam a teoria da ciência política representam somente 25 dos 195 vídeos analisados, mostrando que a base de dados analisadas das duas hashtags não cumpriu com o esperado, de trazer a popularização da Ciência Política a partir da plataforma TikTok. Com 170 vídeos a não conceituação da teoria se fez mais presente, conversando com a quantidade de vídeos de opinião, que também é uma maioria.

Além disso, foi analisado também as temáticas que os vídeos trabalham (V8), que podemos observar no Gráfico 3:

GRÁFICO 3 – Temática da ciência política (Left e Right)



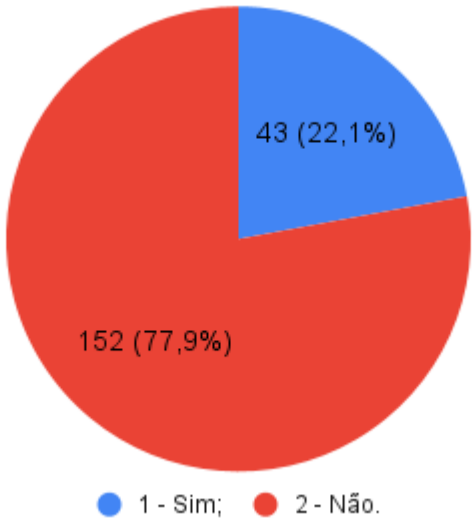
FONTE: A autora (2022).

Percebemos que tema sobre o Nazismo não foi trabalho em nenhum dos vídeos, Outras temáticas é as que mais aparece, podendo ser das mais diversas, como questão de debate de esquerda e direita, corrupção, entre outros, o não se aplica são aqueles vídeos que não estão trabalhando nenhum conceito da Ciência Política, como por exemplo, a questão de pessoas com deficiência, trazendo o debate por exemplo da forma como o indivíduo fala.

O debate sobre a política brasileira também apareceu bastante, tendo como fio condutor as eleições que acontecerão neste ano de 2022, o que liga com debate sobre corrupção, esquerda e direita, partidos, entre outros. Foi encontrado uma ampla gama de temáticas que foram trabalhadas dentro dos vídeos.

Além de trazer estes pontos, também foi analisado se o conteúdo é trabalhado na ciência política (V9), por exemplo, um debate sobre o marxismo, ele pode estar elencado dentro de um vídeo de opinião, porém, é um assunto debatido dentro da ciência política. Desta forma, o Gráfico 4 aponta os resultados obtidos:

GRÁFICO 4 – Conteúdo trabalhado na ciência política (Left e Right)



FONTE: A autora (2022).

É possível perceber que a maior parte dos vídeos analisados não traz um conteúdo da ciência política, logo, além dos vídeos não entrarem para o ensino, também não são trazidos muitos temas que estão dentro da seara do conteúdo da ciência política.

Percebemos desta forma que a análise dessas hashtags não cumpriu com o que foi esperado, que era a utilização do TikTok para o ensino de Ciência Política, levando apenas para um debate ideológico e de opinião. O que leva um consumo de conteúdos dentro das delimitações da hashtags apenas de cunho de convicções e valores dos criadores de conteúdos, não trazendo uma seara de discussão/debate do que a teoria política traz em seus estudos, como também, não traduz os conteúdos para este espaço dinâmico e criativo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com isso, a partir do #LeftTikTok e do #RightTikTok foi possível perceber que estas hashtags e os vídeos não trazem em si o ensino de ciência política dentro do TikTok, porém, cumpre seu papel de trazer diversas opiniões dentro do campo do debate político para a sociedade, trazendo pontos de vistas distintos, das diferentes ideologias.

Ao realizar a pesquisa não se encontrou nenhuma outra hashtag que pudesse ser associada ao ensino de Ciência Política nesta rede social digital, o que nos faz refletir sobre como não está sendo

apropriado tal espaço por quem debate e faz Ciência Política. Uma justificativa para isso é devido o TikTok ser uma plataforma nova e que ainda está se estabelecendo dentro desse mundo digital.

Este trabalho teve suas limitações, como a quantidade de vídeos analisadas e pelas hashtags não serem específicas sobre o ensino, porém é um primeiro passo para se preocupar em analisar este tipo de conteúdo dentro da plataforma, pois, já temos as iniciativas de outras áreas, como a Biologia, o Inglês, a Matemática, em ocupar este tipo de espaço, como as já citadas.

Dentro das hashtags analisadas houve diversos debates, muitos deles que saiam do âmbito da Ciência Política pura, mas que dialogava muitas vezes com o que o usuário estava passando ou vivendo, como a dicotomia de Direita e Esquerda, a questão das eleições e posicionamentos políticos-ideológicos sobre candidatos. Esses conteúdos é os que chegaram aos usuários e são a partir deles que se informam e formam opinião, aí vem a importância de criação de conteúdos de qualidade e que conceitue temáticas importantes mas que não saia da realidade de quem está assistindo, trazendo o debate para o mundo material e não apenas para o mundo das ideias.

Apesar do tempo dentro dos vídeos e o formato que o TikTok se apresenta, acredita-se que é possível sim levar o ensino de Ciência Política de maneira acessível e criativa para dentro da plataforma, podendo assim propagar o conhecimento e fazer com que seja um espaço também de aprendizado, um aprendizado criativo e dinâmico, e passível de ser assistido várias vezes.

REFERÊNCIAS

BARIN, Claudia Smaniotto; ELLENSOHN, Ricardo Machado; DA SILVA, Marcelo Freitas. O uso do TikTok no contexto educacional. **Renote**, v. 18, n. 2, p. 630-639, 2020.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 11. ed. São Paulo: Unb, 1998. 1 v.

CERVI, L; TEJEDOR, S; MARÍN LLADÓ, C. TikTok y el nuevo lenguaje de comunicación política: el caso de Podemos. **Cultura, Lenguaje y Representación**, v. 26, p. 267-287, 2021.

CETIC. **TIC DOMICÍLIOS:** Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros — 2019. São Paulo: Grappa Marketing Editorial, n.1, 2020. p. 344. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic_dom_2019_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 26 jun. 2022.

Como o TikTok recomenda vídeos #ForYou. **TikTok**, 2020. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you/> Acesso em: 26 de jul. 2022

DA SILVA MONTEIRO, Jean Carlos. Tiktok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, p. 05-20, 2020.

FERNANDÉZ, Victor López. Nuevos medios en campaña. El caso de las elecciones autonómicas de Madrid 2021 en TikTok. **Revista de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador**, n. 36, marzo-agosto 2022.

GARCÍA, Sharon. TikTok: un nuevo entorno para el ciberactivismo y la construcción de sujetos políticos. **Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação).** Facultad de Comunicaciones y Filología. Carrera de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, Medellin, 2021.

OLIVEIRA, Elida. Além das dancinhas: professores aderem ao TikTok com divulgação científica e dicas para memorizar o conteúdo. **G1**, 07 de julho de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2021/07/07/alem-das-dancinhas-professores-aderem-ao-tiktok-com-divulgacao-cientifica-e-dicas-para-memorizar-conteudo.ghtml> Acesso em: 26 de jul. 2022

PEREIRA, Alexandre André; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. Jornalismo no TikTok: check!. **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, v. 2, n.12, 2021.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; BRAGATTO, Rachel Callai; NICOLÁS, Maria Alejandra. A construção do campo de internet e política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, p. 285-320, 2016.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação.** 2021.

SERRANO, Juan Carlos; PAPAKYRIAKOPOULOS, Orestis; HEGELICH, Simon. Dancing to the partisan beat: a first analysis of political communication on TikTok. **ACM WEB SCIENCE CONFERENCE 12** / Proceedings of [...]. Southampton, UK: University of Southampton, 2020.

VRAGA, Emily K. What Can I Do? How to Use Social Media to Improve Democratic Society. **Political Communication**, v. 36, p. 1–9, 2019.

WEIMANN, Gabriel; MASRI, Natalie. Research note: spreading hate on TikTok. **Studies in Conflict & Terrorism**, v. 43, p. 1-15, 2020.