

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

NATHÁLIA DA SILVA BRUM

RECEBIDOS DA ENCHENTE:

Construções de sentidos por jovens na *trend* do TikTok durante o desastre no Rio Grande do Sul (2024)

Porto Alegre
2026

NATHÁLIA DA SILVA BRUM

RECEBIDOS DA ENCHENTE:

Construções de sentidos por jovens na *trend* do TikTok durante o
desastre no Rio Grande do Sul (2024)

Dissertação de mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, como requisito para a
obtenção do Grau de Mestre em
Comunicação.

Porto Alegre
2026

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

BRUM, NATHÁLIA DA SILVA

RECEBIDOS DA ENCHENTE: Construções de sentidos por jovens na trend do TikTok durante o desastre no Rio Grande do Sul (2024) / NATHÁLIA DA SILVA BRUM. -- 2026.

109 f.

Orientadora: ANA CAROLINA DAMBORIARENA ESCOSTEGUY.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, BR-RS, 2026.

1. estudos culturais. 2. juventudes. 3. mídias digitais. 4. TikTok. 5. desastres. I. ESCOSTEGUY, ANA CAROLINA DAMBORIARENA, orient. II. Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

NATHÁLIA DA SILVA BRUM

RECEBIDOS DA ENCHENTE:

Construções de sentidos por jovens na *trend* do TikTok durante o desastre no Rio Grande do Sul (2024)

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: Porto Alegre, dia 23 de março de 2026.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^ª. Dr^ª. Ana Carolina Damboriarena Escosteguy (Orientadora)

Profa. Dr^ª. Daniela Maria Schmitz (UFRGS)

Prof^ª. Dr^ª Lara Lima Satler (UFG)

Prof^ª. Dr^ª. Mariângela Machado Toaldo (UFRGS)

Prof^ª Dr^ª. Elisa Reinhardt Piedras (UFRGS - Suplente)

AGRADECIMENTOS

Em 2024 eu saí de Santa Maria rumo a Porto Alegre para iniciar a construção de um sonho: realizar um mestrado. Durante a graduação em Jornalismo, na Universidade Federal de Santa Maria, participei de um grupo de pesquisa e atuei como bolsista de Iniciação Científica. Ali, percebi que pesquisar era uma atividade que me realizava e senti o desejo de dar continuidade a ela na pós-graduação. No mestrado, me vi dando os meus primeiros passos como pesquisadora e, dentre os desafios e as incertezas, cresci muito academicamente e também enquanto sujeito.

Este percurso — que iniciou muito antes de eu sequer me inscrever no processo de seleção do PPGCOM UFRGS — foi possibilitado pelas inúmeras pessoas que me cercam e me apoiam. Dedico este trabalho à minha família, em especial à minha mãe Deise, minha irmã Júlia e meu irmão Maninho que, desde sempre, oferecem apoio e compreensão às minhas escolhas e estão sempre prontos para me ajudar a atravessar qualquer dificuldade. Fico muito feliz com o cuidado mútuo que construímos e me sinto muito privilegiada em ter vocês como a minha família.

Ao meu companheiro, Norton, que me acompanhou na assustadora empreitada até a capital dos gaúchos e diariamente constrói um lar ao meu lado. Todos os desafios ficam muito mais fáceis — e às vezes até chegam a ser divertidos — do teu lado! Às minhas Martinas e à Eloíze, presentes da faculdade que até hoje são fonte de carinho e apoio, não importa a distância. Envelhecer com vocês é bom demais! Às amigas que me fazem sentir mais eu e que, estando em Santa Maria ou tendo sido construídas em Porto Alegre, me lembram que o amor está em todo lugar e que nele a gente fica mais forte.

Dedico também à minha orientadora, Ana Carolina Escosteguy, cuja parceria transformou quem eu sou enquanto pesquisadora e a quem eu agradeço por toda a sabedoria compartilhada. Agradeço também à CAPES, cuja bolsa de mestrado permitiu a realização deste sonho. Sem as políticas de permanência estudantil eu não estaria aqui. A jornada da pós-graduação é diferente de qualquer outra experiência. Mais solitária, por vezes. Por essa razão, finalizo esta etapa com a certeza de que é na coletividade que enfrentamos a vida e passamos a entender nós mesmos e o mundo.

RESUMO

Esta dissertação aborda as práticas de jovens com o TikTok em um contexto de desastre, a partir da análise da *trend Recebidos da Enchente* no Rio Grande do Sul. A pesquisa se concentra em vídeos produzidos por sujeitos afetados pelas enchentes de 2024, compreendendo-as a partir da sociologia dos desastres (Valencio, 2013). O objetivo geral deste trabalho é compreender como os jovens da *trend Recebidos da Enchente* constroem sentidos sobre suas experiências durante o desastre, a partir da perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero, com especial atenção às mediações técnica e narrativas. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, fundamentada em uma revisão narrativa sobre redes sociais e desastres (Flor *et al.*, 2022) e em protocolos de descrição e análise de dados audiovisuais, com base em propostas de análise de imagens em movimento (Rose, 2002) e na teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero. As análises apresentadas nesta dissertação são sustentadas pelos Estudos Culturais, em diálogo com a perspectiva latino-americana, a noção de cultura participativa de Henry Jenkins (2009) e a reflexão sobre juventudes, cultura digital e usos e apropriações (Boyd, 2014; Reguillo, 2000; Winocur, 2009; Certeau, 1998). Mapeamos que o TikTok funciona como espaço de mediação entre a experiência material do desastre e as lógicas algorítmicas e comerciais da plataforma, onde os jovens mobilizam ferramentas técnicas, formatos virais, narrativas e performances reconfigurando as doações recebidas em narrativas de humor, resiliência, gratidão e ironia. Destacamos a familiaridade dos jovens com as *affordances* do TikTok, evidenciando como eles se apropriam das plataformas para experimentar, ressignificar e imprimir suas próprias referências culturais e simbólicas por meio de estratégias, reuso de formatos, narrativas coletivas e performances híbridas.

Palavras-chave: estudos culturais; juventudes; mídias digitais; TikTok; desastres.

ABSTRACT

This dissertation examines young people's practices with TikTok in a disaster context, based on the analysis of the *Recebidos da Enchente* trend in Rio Grande do Sul, Brazil. The research focuses on videos produced by individuals affected by the 2024 floods, interpreting them through the sociology of disasters (Valencio, 2013). The main objective of this study is to understand how the young participants in the *Recebidos da Enchente* trend construct meanings about their experiences during the disaster, from the perspective of Jesús Martín-Barbero's mediations, with special attention to the mediations of technicity and narratives (2017). To this end, a qualitative, exploratory study was conducted, grounded in a narrative review on social media and disasters (Flor et al., 2022) and in protocols for the description and analysis of audiovisual data, based moving image analysis approaches (Rose, 2002) and on Jesús Martín-Barbero's theory of mediations. The analyses presented in this dissertation are supported by Cultural Studies, in dialogue with the Latin American perspective, Henry Jenkins's (2009) notion of participatory culture, and reflections on youth, digital culture, and uses and appropriations (Boyd, 2014; Reguillo, 2000; Winocur, 2009; Certeau, 1998). The findings indicate that TikTok functions as a space of mediation between the material experience of the disaster and the algorithmic and commercial logics of the platform. Within this space, young people mobilize technical tools, viral formats, narratives, and performances to reconfigure the donated goods they received into narratives of humor, resilience, gratitude, and irony. The study highlights young people's familiarity with TikTok's affordances, showing how they appropriate platforms to experiment, re-signify experiences, and inscribe their own cultural and symbolic references through strategies, the reuse of formats, collective narratives, and hybrid performances.

Keywords: cultural studies; youth; digital media; TikTok; disasters.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Mapa das Mutações Culturais e Comunicativas Contemporâneas 2017..	
39	
Figura 2 — Vídeos que utilizam das músicas virais articuladas na trend.....	65
Figura 3 — Vídeos de recebidos, arrume-se comigo e maquie-se comigo no TikTok	
73	
Figura 4 — Enquadramentos, planos e ângulos.....	74

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Delimitação dos vídeos analisados.....	53
Quadro 2 — De análise de dados.....	58
Quadro 3 — Produção de sentidos.....	80

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 BALIZAS TEÓRICAS.....	17
2.1 CULTURA DIGITAL E JUVENTUDES.....	17
2.2. TIKTOK: ENTRE TÉCNICAS, ALGORITMOS E PRÁTICAS COTIDIANAS.....	25
2.3 OS ESTUDOS CULTURAIS E A TEORIA DAS MEDIAÇÕES.....	34
2.3.1 As tecnicidades e as narrativas.....	40
3 BALIZAS METODOLÓGICAS.....	44
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	44
3.1.1 Revisão narrativa.....	47
3.1.2 Delimitação do corpus e protocolo de sistematização de dados.....	50
3.1.3 As mediações em prática: protocolo de análise de dados.....	56
4 OS RECEBIDOS DA ENCHENTE.....	61
4.1 COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E CULTURAIS NO TIKTOK.....	62
4.1.1 Uso de ferramentas.....	63
4.1.2 Criatividade na plataforma.....	66
4.1.3 Estratégia de visibilidade.....	68
4.1.4 Referências culturais.....	70
4.2 ELEMENTOS DISCURSIVOS, VISUAIS E PERFORMANCE.....	74
4.2.1 Construção discursiva, visual e de performance.....	75
4.2.2 Produção de sentidos e temáticas acionadas.....	79
4.2.3 A <i>trend</i> enquanto construção coletiva.....	83
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
REFERÊNCIAS.....	93
APÊNDICE A — DETALHAMENTO DO <i>CORPUS</i> A PARTIR DO PROTOCOLO DE ANÁLISE.....	105

1 INTRODUÇÃO

As competências e articulações criativas de jovens com os meios de comunicação são expressas mesmo em meio a contextos adversos. Tais circunstâncias, aliás, tornam ainda mais imprescindível olhar para as práticas desse grupo, pois “as culturas juvenis atuam como expressão que codifica, através de seus símbolos e linguagens diversos, a esperança e o medo” (Reguillo, 2000, p. 16, tradução nossa¹). A apropriação das mídias (Certeau, 1998) pelos usuários dissolve as dicotomias tradicionais do consumo, redefinindo posições antes fixas e passivas como dinâmicas e ativas. Na contemporaneidade, a esfera midiática ocupa uma posição nuclear nas dinâmicas das relações sociais. Impulsionada pelos avanços das tecnologias digitais, principalmente na *internet*, reconfigura de modo complexo as rotinas cotidianas.

Dentre essas mídias, as redes sociais emergem como dispositivos privilegiados de mediação interacional, nos quais as apropriações reconfiguram os padrões de socialização (Brignol *et al.*, 2019). Nesse panorama, emergem sujeitos que simultaneamente consomem e produzem conteúdos de maneira crescentemente integrada, impulsionados pelas reconfigurações sociotecnológicas. Nesse contexto, as *trends*² que circulam resultam desse fluxo recíproco de sentidos produzidos pelos sujeitos nas plataformas. Esta pesquisa se propõe, portanto, a investigar as construções de sentido que jovens gaúchos promovem às doações recebidas em meio às enchentes que acometeram o estado do Rio Grande do Sul (RS) em 2024.

Originalmente associados a funções instrumentais e necessidades básicas dos afetados pelo desastre, esses objetos doados ganham novas camadas de significação por meio das destrezas técnico-culturais mobilizadas pelos usuários com as mídias digitais. Como usuários do TikTok, as juventudes exploram modelos e estratégias já estabelecidos na plataforma, desdobrando potencialidades simbólicas inéditas a partir das doações. Assim, na *trend*

¹ “Las culturas juveniles actúan como expresión que codifica, a través de símbolos y lenguajes diversos, la esperanza y el miedo”.

² Adotamos a noção de “conteúdo contagioso” (Berger, 2014) para compreender tendências (*trends*) que se difundem rapidamente no TikTok. Para o autor, os conteúdos tornam-se amplamente compartilhados quando articulam elementos como valor social, ativação emocional, alta visibilidade, utilidade prática e narrativas envolventes, fatores que aumentam sua capacidade de imitação e circulação nas plataformas digitais. Neste sentido, as *trends* são conteúdos em alta nas plataformas e reproduzidos por diversos usuários, que articulam formatos e sentidos em comum, como uma espécie de *template*, isto é, molde replicável.

Recebidos da Enchente, cada novo vídeo enriquece o repertório dos precedentes com signos e referências adicionais, não os substituindo, mas expandindo uma tessitura coletiva de significados.

Principiamos, no entanto, justificando a nossa escolha pelo termo *desastre* para nos referir ao ocorrido no Rio Grande do Sul com as enchentes de 2024. Entendemos que a forma que nomeamos algo carrega significados que vão para além da simples delimitação semântica. Em seu circuito da cultura, Du Gay *et al.* (1997) propõem que a representação possui crucial relação com a cultura e que, através da linguagem — que opera como um sistema representacional (Hall, 2016) —, damos sentido ao mundo por meio de significados compartilhados. Portanto, nomear as enchentes enquanto tragédia ou catástrofe as colocam na esfera do inevitável, como se não houvesse medidas a serem tomadas para, ao menos, mitigar os seus efeitos, retirando as responsabilizações cabíveis ao acontecido.

Compreendemos que tais acontecimentos dizem respeito ao mundo social, sendo “o clímax de um entorno complexo e nos interessam não como eventos em si, mas como largos processos sociais” (Amaral; Quevedo; Souza, 2024, p. 3). Diante da complexidade deste tema, nos filiamos à perspectiva sociológica do conceito de desastre (Valencio, 2013). Entendemos, a partir dessa abordagem, que desastres são processos amplos e expressões de uma crise civilizatória onde se escancaram as desigualdades e vulnerabilidades sociais históricas, especialmente no que tange as disparidades de classe, étnico-raciais e de gênero.

Classificado como o maior acontecimento climático da história do RS (BBC, 2024), as enchentes de 2024 foram resultados de uma série de fatores: o acúmulo de chuvas acima da média prevista para o ano, concentradas no final de abril e início de maio, falhas nos sistemas de contenção de enchentes, baixo investimento em prevenção de desastres naturais e precarização de setores de serviços públicos responsáveis pela atuação em distintas frentes. O acumulado de chuvas nas cidades do estado ficou entre 300 e 700 mm ao longo dos dias 27 de abril e 2 de maio, representando um terço da média anual. Do total de 497 municípios gaúchos, 478 foram afetados pelos eventos meteorológicos. A declaração de *estado de calamidade pública* foi feita por 83% das cidades do RS e mais de 2,3 milhões de pessoas foram afetadas. Além disso, foram 806 feridos, 27 desaparecidos e 183 óbitos confirmados (Rio Grande do Sul, 2024).

Com os efeitos das chuvas, mais de 442 mil pessoas tiveram que deixar as suas casas, buscando residência temporária com amigos, familiares ou nos abrigos emergenciais

montados para atender a população desabrigada. A plataforma de dados e monitoramento de abrigos, organizada pela Secretaria de Desenvolvimento Social do RS (SEDES), registrou quase 79 mil pessoas em abrigos em maio de 2024. Os dados da mesma plataforma contabilizavam que 1.832 pessoas ainda se encontravam nestes locais até outubro de 2024 (SEDES, 2024). Por isso, salienta-se que os desastres não envolvem marginalmente as pessoas: “trata-se daquilo que ocorre centralmente com elas” (Valencio, 2013, p. 12).

Em tal contexto, vozes da sociedade civil foram potencializadas, em especial nas redes sociais. Redes de informação, organização de doações, buscas por pessoas desaparecidas, chamados por resgate, memes, *trends* e conteúdos de fortalecimento coletivo e alívio emocional são percebidos em situações de tamanha adversidade. Essas práticas coletivas nas mídias digitais configuram a lógica estruturante de uma cultura participativa (Jenkins, 2009). De acordo com Muniz Sodré, a mídia configura “uma forma nova de vida, dotada de novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, implicando, portanto, outros parâmetros para a formação das identidades” (2002, p. 23).

As distintas possibilidades de olhar, compreender e articular sentidos sobre os desastres nas mídias digitais foram percebidos na *trend* viral *Recebidos da Enchente* no TikTok. Produzida por jovens do Rio Grande do Sul afetados pela enchente, cujos vídeos foram publicados entre os meses de maio e junho de 2024. Neste período, os sujeitos publicaram vídeos onde mostram, de formas distintas, as doações de roupas e acessórios que receberam após serem atingidos pelas águas. Muitos destes jovens explicitam perdas materiais que vivenciaram. No final de maio de 2025, eram 381 mil estudantes que tiveram a sua rotina de educação afetada, com 1.066 escolas atingidas pelas fortes chuvas em 251 cidades do RS (CNN Brasil, 2024a). Foram mais de 10 mil crianças e adolescentes (entre 0 e 17 anos) desabrigadas (CNN Brasil, 2024b).

Percebemos, então, que os jovens compõem uma população centralmente atingida pelo desastre e que em práticas como a *trend*, estão elaborando as suas próprias formas de construções de sentido nas redes sociais. Assim, os usuários estabelecem práticas orientadas pelas suas próprias inferências do funcionamento da plataforma, partindo das suas experiências empíricas. Compreendemos essas ações enquanto usos sociais da mídia: um “conjunto de entornos que interage na construção dos significados atribuídos aos meios de comunicação e no modo como sujeito e tecnologia se relacionam” (Brignol, 2010, p. 54).

As mediações de Jesús Martín-Barbero oferecem um campo produtivo de abordagem

para a investigação sobre as práticas dos sujeitos com as tecnologias. O autor apresentou uma perspectiva renovadora em contraposição às abordagens hegemônicas que concebiam os meios de comunicação como instrumentos rígidos e totalizantes, nos quais emissores exercem controle absoluto sobre receptores passivos, com a interpretação da mensagem fielmente alinhada às intenções originais dos primeiros. Martín-Barbero inverte o lugar de onde se faz as perguntas, e passa a conceber as *mediações*, ou seja, “esse ‘lugar’ de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção” (Martín-Barbero; Munhoz, 1992, p. 20).

Dessa forma, este estudo se apropria das mediações *tecnicidades* e *narrativas* e as operacionaliza de forma central. Partindo desta dupla mediação, buscamos traçar um percurso que delimite os jovens como agentes comunicacionais que não consomem passivamente, mas constroem os seus próprios sentidos sobre o desastre. Assim, reconhecemos a relevância de desenvolver uma pesquisa cuja temática articule os sentidos mobilizados pelos jovens no TikTok. Estabelecemos, portanto, como pergunta central desta investigação: **como os jovens da *trend Recebidos da Enchente* constroem sentidos no TikTok sobre as suas experiências durante o desastre do Rio Grande do Sul em 2024?**

Com isso, o objetivo geral deste trabalho passa a ser compreender como os jovens da *trend Recebidos da Enchente* constroem sentidos sobre suas experiências durante o desastre no Rio Grande do Sul em 2024, a partir da perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero, com especial atenção às mediações das *tecnicidades* e das *narrativas*. Para isso, delimita-se como objetivos específicos: a) investigar a mediação das *tecnicidades* nas competências técnicas e culturais mobilizadas pelos jovens na produção dos vídeos, considerando as *affordances*³ do TikTok; b) identificar a mediação *narrativas* nos elementos discursivos, visuais e performativos que compõem os vídeos da *trend*; c) analisar as construções de sentido articuladas pelos jovens a partir dos vídeos de *Recebidos da Enchente*.

Neste sentido, delimitamos o nosso interesse-justificativa de pesquisa no que tange os âmbitos pessoal, acadêmico e social. No âmbito pessoal, a autora desta pesquisa é moradora do Rio Grande do Sul, residindo em Porto Alegre no ano das enchentes. Mesmo não tendo sido atingida diretamente, os efeitos e as consequências de tais acontecimentos causaram impactos incalculáveis. A proximidade com o contexto alimenta as motivações e inquietações

³ As *affordances* são as possibilidades de ação que um ambiente ou objeto oferece aos usuários (Gibson, 1979). No caso do TikTok, são as ferramentas e possibilidades de criação e interação (For You, stitches, efeitos, filtros, etc).

referentes ao objeto pesquisado. A justificativa acadêmica se dá na capacidade desta pesquisa de ampliar as discussões sobre as juventudes e suas práticas com as redes sociais em um contexto de desastre. Conforme detalhamos no capítulo metodológico (ver item 3), as abordagens voltadas à intersecção das palavras-chave “redes sociais e desastres” e “mídias digitais e desastres” representam uma lacuna no campo da Comunicação. Por isso, consideramos que essa articulação constitui um espaço de discussão ao qual podemos contribuir.

No que diz respeito à justificativa social, a pesquisa busca evidenciar as formas alternativas de se construir narrativas protagonizadas pelos jovens em meio a desastres. Com isso, olhamos para as práticas dos sujeitos *com* as tecnologias digitais e evidenciamos o agenciamento cultural e simbólico que os jovens já possuem, nos opondo às equivocadas elaborações da juventude enquanto uma “falta de relevância social” que “se dá pela condição “etapista” de sua existência: a transição entre a infância e a vida adulta, ambas socialmente reconhecidas” (Jacks; Schmitz, 2017, p.2).

Portanto, para constituição do *corpus* desta pesquisa optamos pela delimitação dos 10 vídeos mais visualizados da *trend* por critérios de relevância e impacto (ver item 3.1.2). Delimitamos a análise aos vídeos e seus elementos associados (legendas, textos sobrepostos, *hashtags*, narrações e áudios), pois é na combinação das competências técnicas e culturais que os jovens constroem os seus significados dentro da plataforma. Esta pesquisa está estruturada de forma a delinear os cruzamentos teórico-metodológicos fundamentais para a captura e compreensão das questões aqui levantadas. Dessa forma, iniciamos pelo capítulo que delinea a cultura digital como eixo central das práticas juvenis contemporâneas (ver item 2.1), onde o ciberespaço (Martino, 2015) emerge como espaço de cibercultura fluida e interconectada, marcada pela convergência midiática (Jenkins, 2009) e pela lógica participativa de usuários como produtores-consumidores.

Passamos então para a elaboração do TikTok (ver seção 2.2) como plataforma híbrida de lógicas técnicas-algorítmicas (Poell *et al.*, 2020; Gillespie, 2018) e práticas cotidianas, destacando sua evolução histórica, *affordances* e monetização via engajamento (Karhawi; Araujo, 2025). Propomos uma perspectiva crítica do “popular” (Martín-Barbero, 1987) como entre-lugar conflitivo entre massivo e cotidiano, priorizando mediações constitutivas das práticas juvenis em contextos de desastre como as enchentes no RS.

Então, retomamos os Estudos Culturais como aporte teórico-metodológico central, destacando a cultura como totalidade de práticas cotidianas de produção de sentidos e resistências (ver item 2.3), e articulando essa perspectiva à teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero, que desloca a análise da comunicação da lógica dos meios para o “entre-lugar” entre produção e recepção. A partir do mapa das “mutações comunicativas e culturais contemporâneas” (2017), o trabalho seleciona as mediações técnicas e narrativas como eixos analíticos (ver item 2.3.1), compreendendo técnicas como destrezas práticas e culturais com as *affordances* do TikTok (Lopes, 2018) e narrativas como estratégias de comunicabilidade, ritualizadas e hibridizadas, nas quais os jovens reconfiguram a experiência do desastre em uma narrativa coletiva (Silva; Baseio, 2019).

Por fim, apresentamos as balizas metodológicas que sustentam a investigação, articulando uma abordagem qualitativa e exploratória (ver item 3) à análise de vídeos da *trend*. A partir da teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero, elaboramos um protocolo de análise de dados focado nas mediações técnicas e narrativas e na sua aplicação para as especificidades do material audiovisual coletado. Nas análises desenvolvemos a aplicação do protocolo e as inferências estabelecidas a partir do cruzamento dos dados com a bibliografia (ver item 4).

Nosso objetivo é, portanto, fazer jus à singularidade que a *trend Recebidos da Enchente* significa em seu contexto, contribuindo com novas articulações sobre as práticas dos jovens com as mídias digitais para o campo da Comunicação. Marcadas por um desastre cujas consequências são vividas até hoje, essas produções no TikTok iluminam como os sujeitos afetados por tais acontecimentos articulam as mídias no seu cotidiano não apenas para documentar o ocorrido. Também reconfiguram os relatos em torno das suas experiências construindo narrativas de resiliência, pertencimento, humor, consumo, dentre tantas possibilidades. Enriquecem, assim, os debates sobre as práticas de jovens com as tecnologias e os seus processos de construção de sentido em cenários de desastre.

2 BALIZAS TEÓRICAS

Nos capítulos que seguem, nos dedicamos a apresentar e desenvolver a sustentação teórica que baliza esta dissertação. Para dar conta das temáticas centrais desta pesquisa, partimos de enfoques sobre cultura digital e juventudes, reconhecendo a centralidade das mídias na vida cotidiana e a reformulação de práticas em contextos de desastres, cujas contribuições de Martino (2015), Brito (2016) e Brignol *et al.* (2019) são fundamentais para compreender o ciberespaço e a cibercultura como espaços de práticas culturais híbridas. Na sequência, ao abordar as juventudes, ressaltamos o percurso de estudos a partir de Guimarães e Groppo (2022), Reguillo (2000), Bourdieu (2003) e Martín-Barbero (1997, 1998), enfatizando agenciamentos e competências deste grupo social.

Seguimos com elaborações sobre o TikTok, identificando seus elementos técnicos (Poell *et al.*, 2020; Gillespie 2018) — como algoritmos, *For You Page*, *hashtags* e ferramentas de edição — e suas dinâmicas sociais, acionando Escosteguy e Carrijo (2025) para evitar visões estáticas ou deterministas da plataforma. Por fim, delineamos os Estudos Culturais e a teoria das mediações de Martín-Barbero (1987, 1997b, 2017), operacionalizando as mediações técnicas e narrativas como bases para analisar as práticas dos jovens na *trend Recebidos da Enchente* no TikTok. Tais articulações teóricas são fundamentais ao longo desta dissertação, presentes também nas seções seguintes.

2.1 CULTURA DIGITAL E JUVENTUDES

A esfera midiática e seus desenvolvimentos atuam com centralidade nas relações sociais na atualidade. As tecnologias digitais e, em especial a *internet*, vêm passando por transformações aceleradas e estruturantes da vida cotidiana. As repartições entre o *online* e o *offline* estão cada vez mais embaçadas, o que reforça a necessidade de se refletir sobre as práticas nas mídias digitais articulando tal complexidade. Em nosso objeto de estudo, percebemos a reformulação que os jovens fazem das doações recebidas em um contexto de desastre. Inicialmente, tais itens teriam significados materiais e de uso prático, suprindo necessidades básicas dos atingidos pelas enchentes. No entanto, os jovens articulam suas competências técnicas e culturais em um contexto midiático onde, por serem usuários da

rede social TikTok, enxergam novas possibilidades significativas envolvendo as doações, partindo de formatos e abordagens pré-existentes, mas também articulando suas próprias inferências.

Refletir sobre as relações dos sujeitos com as mídias digitais perpassa pelo delineamento de tais interações enquanto práticas culturais. Para isso, partimos da noção de ciberespaço, compreendido como “um espaço que existe *entre* os computadores, quando há uma conexão entre eles que permite aos usuários trocarem dados. É criado a partir de vínculos [...]”, não sendo confundido com “a estrutura física - os cabos, as máquinas, os dispositivos sem fio - que permite essa conexão” (Martino, 2015, p. 29). Integrado por criações e reformulações específicas de seus espaços, formatos, interfaces e linguagens, o ciberespaço evidencia a existência de uma cultura digital ou cibercultura, definida como

[...] a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço. Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre as pessoas conectadas por um computador - ou algum dispositivo semelhante - a outros computadores (Ibid., p. 27).

É importante salientar que a elaboração de um conceito de *cibercultura* não busca desintegrar as práticas culturais *online* das *offline* como duas instâncias separadas. Mas sim reconhece as particularidades que o ambiente digital impõe, se dedicando a compreender “a cultura - entendida em um sentido bastante amplo como a produção humana, seja material, simbólica, intelectual - que acontece no ciberespaço” (Ibid.). Este ambiente constitui “uma esfera simbólica alargada, que recobre virtualmente o globo, em que se tecem novas formas de interação, de produção de significado social, de conformação de vínculos e jogos identitários” (Brito, 2016, p. 15).

Dentro deste modelo, destaca-se as redes sociais pelas suas ferramentas articuladoras das formas de interação social e conectividade, onde os usos dos sujeitos dão novos contornos às formas de conviver (Brignol *et al.*, 2019). Há uma fragmentação e pluralidade específicas da cultura digital. Essa se encontra inserida em circuitos tecnológicos voláteis, cujas mudanças técnicas, institucionais, políticas e algorítmicas dinamizam as práticas dos usuários. Dessa forma, o modo como os indivíduos constroem e compartilham significados dialoga com as constantes alterações nas lógicas das plataformas. As plataformas de redes sociais são compreendidas enquanto “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e

moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (Poell *et al.*, 2020, p. 4).

Contudo, nosso posicionamento epistemológico se ancora na compreensão de que não é sobre interpretar as tecnologias como determinantes das práticas dos indivíduos, mas compreender que se inserir nestes circuitos significa lidar com as suas técnicas em diferentes níveis. Seja reproduzindo, tensionando, reinventando ou negociando os usos possíveis. Assim, as formas de consumo, produção e circulação, os códigos e símbolos presentes nos meios de comunicação digital criam especificidades de uso coletivo destas ferramentas. Tais práticas coletivas e interações entre os indivíduos nas mídias digitais, seja de forma direta ou indireta, compreende a lógica de uma cultura participativa. O pesquisador estadunidense, Henry Jenkins, cunhou o conceito a partir da observação de que “a produção coletiva de significados, na cultura popular, está começando a mudar o funcionamento das religiões, da educação, do direito, da política, da publicidade e mesmo do setor militar” (2009, p. 30).

Esta prática coletiva de interação e intervenção com os meios de comunicação é possibilitada a partir da lógica da convergência dos mesmos. O autor compreende este processo enquanto a inter-relação entre dois fenômenos: de um lado, as empresas de comunicação aceleram “o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros” (Ibid., p. 36). Expandem a ação, distribuição e os formatos dos seus produtos e conteúdos, articulando lógicas multiplataforma e ferramentas que permitem a personalização, o compartilhamento e a reconfiguração da circulação. De outro, as pessoas assumem os meios com maior integração nas diferentes dimensões das suas vidas. Passam a acessar os circuitos de forma mais ativa, com maior conectividade a um maior número de outros usuários dessas mídias. Dessa forma, “a convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima” (Ibid. p. 36).

Assim, a apropriação que os usuários fazem das mídias embaçam as linhas do consumo e reconfiguram os papéis até então considerados, em determinadas abordagens, como estáticos e passivos. Os indivíduos emergem como consumidores-produtores de conteúdo de forma cada vez mais imbricada, a partir das reformulações sócio-tecnológicas. Neste sentido, as *trends* em circulação nascem deste intercâmbio de significados que os usuários-produtores adicionam às mídias, pois são um coletivo de conteúdos com uma

mesma abordagem/um mesmo sentido ou temática. Nos *Recebidos da Enchente* notamos que, a cada novo vídeo, novos referenciais e signos são adicionados aos anteriores, não de forma a os sobrepor, mas ampliando uma construção coletiva de sentidos. Assim, novos referenciais acumulam-se aos anteriores, tecendo sentidos amplos.

Ao analisar os processos comunicacionais juvenis com as mídias, é fundamental reconhecer o agenciamento e as competências individuais com as tecnologias sem reproduzir a noção de “nativos digitais” (Barlow, 1996; Rushkoff, 1996; Prensky, 2001). O termo promove a ideia de que os usuários “nativos”, ou seja, os mais jovens, possuem conhecimentos inatos com as tecnologias. “Ao descreverem os jovens como nativos, tanto Barlow quanto Rushkoff os enquadram como atores poderosos, em posição de desafiar o status quo.” Contudo, o que acontece é que “muitos que utilizam a retórica dos nativos digitais posicionam os jovens como receptores passivos” (Boyd, 2014, p. 178, tradução nossa⁴).

Portanto, embora essa geração pertença às primeiras a crescerem em um mundo com a *internet* mais presente no cotidiano, presumir uma compreensão natural e automática das tecnologias pode gerar equívocos analíticos (Boyd, 2014). Um deles é a generalização do acesso à internet e às ferramentas digitais, ignorando as profundas desigualdades estruturais. A pesquisa TICs Kids Online Brasil, realizada pelo Governo Federal em 2024, apontou que 93% da população de 9 a 17 anos é usuária de *internet* no país. Contudo, desta porcentagem, 76% pertencem às classes A e B, 40% à classe C e 20% à D e E (Brasil, 2024).

Nas abordagens sobre os usos que os jovens fazem com as tecnologias digitais, salienta-se especial atenção às possíveis generalizações que desconsiderem a atuação dos contextos sociais em suas práticas, independentemente do grau de facilidade com essas ferramentas. Além disso, presumir a naturalidade dessas habilidades pode ocultar riscos analíticos e práticos, como a negligência aos desafios enfrentados pelos jovens, comprometendo iniciativas de educação midiática e inclusão tecnológica adaptadas aos diferentes níveis de acesso e uso:

Nem adolescentes nem adultos são homogêneos, e não existe uma relação mágica entre habilidades e idade. Seja na escola ou em ambientes informais, os jovens precisam de

⁴ In describing youth as natives, both Barlow and Rushkoff frame young people as powerful actors positioned to challenge the status quo. Yet many who use the rhetoric of digital natives position young people either as passive recipients.

oportunidades para desenvolver as habilidades e o conhecimento necessários para interagir com a tecnologia contemporânea de forma eficaz e significativa. Alfabetizar-se na era da conectividade exige esforço, independentemente da idade (Boyd, 2014, p. 177, tradução nossa⁵).

Assumir que os jovens realizam ou não determinadas práticas e o grau de literacia midiática que os mesmos possuem parte de noções equivocadas sobre esses sujeitos, comumente atreladas às disputas semânticas e políticas em torno das juventudes em si. Ao longo das décadas, diferentes abordagens sobre as juventudes trouxeram múltiplas proposições. Vinícius Guimarães e Luís Groppo (2022, p. 10) destacam a sociologia estrutural-funcionalista, teorias críticas e teorias pós-críticas. A primeira compreende a juventude como a fase transitória da infância para a vida adulta. Assim, não se realizam elaborações dessa como uma identidade que possui complexidades e especificidades. A partir das teorias críticas, no entanto, se reconhece duas correntes fundantes: geracional e classista.

A primeira mantém a juventude no espaço transitório para a fase adulta, mas reconhece haver características e práticas próprias que compõem a identidade desse grupo. A juventude seria, assim, um “tempo de experimentação” (Guimarães; Groppo, 2022, p. 11). A segunda corrente das teorias críticas, por outro lado, determina que a “juventude é uma condição etária influenciada pelas relações de classe”, imbricando a identidade juvenil à classe à qual o indivíduo pertence (Ibid.). Por fim, as teorias pós-críticas dão conta de elaborar a categoria de forma relativa, onde ser jovem abarca um conjunto de “características peculiares”, dentre as quais destacam as diferentes “tribos juvenis” e o ativismo deste grupo.

Dentro dessas teorias há ainda as elaborações realizadas pela Sociologia da Juventude Brasileira. Abordagem que atribui à juventude ainda mais relatividade, reconhecendo “uma acentuada multiplicidade na concepção acerca da categoria juventude, incluindo a incerteza do futuro como um ingrediente nuclear e formador da condição juvenil” (Ibid.). Não pretendemos aprofundar um panorama histórico das abordagens sobre a juventude, mas consideramos importante tal resgate a título de exemplificação das diferentes perspectivas que pensam as juventudes.

⁵ .Neither teens nor adults are monolithic, and there is no magical relation between skills and age. Whether in school or in informal settings, youth need opportunities to develop the skills and knowledge to engage with contemporary technology effectively and meaningfully. Becoming literate in a networked age requires hard work, regardless of age.

Ademais, situar a juventude como um espaço transitório pode criar armadilhas que limitam o olhar dos atores sociais para esse grupo. Rossana Reguillo (2000) relembra que, apesar de algumas exceções, “o Estado, a família e a escola seguem pensando a juventude como uma categoria transitória, como uma etapa de preparação para o que vale a pena” (2000, p. 28, tradução nossa⁶). Ou seja, de preparação para o futuro, para a vida adulta, onde a sua cidadania é indubitável e pode ser exercida de forma plena. É interessante salientar que, de forma geral, é na idade adulta que os indivíduos são considerados produtivos. Passa-se a integrar o mercado de trabalho e contabilizar enquanto força de produção e, no caso das pessoas que gestam, também de reprodução⁷.

Dessa forma, os sentidos moralizantes são direcionados a esse grupo com o pretexto de “protegê-los” para os seus futuros, havendo certo cuidado e vigilância específicos para com os jovens. Os sentidos relacionados à juventude não são aleatórios ou imparciais. Dentre os estereótipos construídos sobre esse grupo social, sejam eles deteriorantes ou edificantes, existem significados mais amplos atrelados a ordenamentos ideológicos das distribuições de poder de uma sociedade. Sejam rotulações das juventudes como “um estado de espírito alegre, descontraído e divertido” (Guimarães; Groppo, 2022, p. 9) ou como sujeitos desviantes, rebeldes e desobedientes (Rossi, 2007), as interpretações sobre as juventudes são representações simbólicas da organização social.

No que tange o Brasil, nos interessa compreender qual é, afinal, o contexto nacional das juventudes brasileiras. Para isso, buscamos em Alvarado *et al.* (2021) a atenção às sequenciais crises, dissoluções de direitos conquistados e ascensão do autoritarismo como algumas das condições onde as juventudes atuais estão sendo forjadas. O momento histórico atual é reconhecido como um cenário de uma “recomposição aguda” da conceituação das juventudes motivada principalmente pela recente realidade de uma juventude globalizada (Canclini, 2015, p. 29).

Ao contextualizar as condições de vida das juventudes contemporâneas no Brasil, Alvarado *et al.* (2021) analisam o cenário macro que influencia práticas microssociais. O contexto político da última década inclui o golpe institucional de 2016, que destituiu a presidenta Dilma Rousseff, enfraquecendo a confiança nas instituições democráticas e

⁶ [...] el Estado, la familia, la escuela siguen pensando a la juventud como una categoría de tránsito, como una etapa de preparación para lo que sí vale [...]

⁷ Apesar desta noção nem sempre condizer com a realidade, como observamos a partir de dados explicitados adiante na pesquisa, existe uma crescente evasão escolar por jovens que precisam buscar por fontes de renda.

intensificando conservadorismos já presentes. Mesmo no governo Dilma (2011-2016), cortes sociais ocorreram, como na Reforma da Previdência de 2015 (Esquerda Diário, 2015a); sob Michel Temer (2016-2018), os cortes aprofundaram-se com o congelamento de gastos por 20 anos (Brasil, 2016a), a Reforma Trabalhista, que flexibilizou direitos e introduziu o trabalho intermitente, e a Reforma do Ensino Médio, que torna disciplinas como Filosofia e Sociologia optativas via “itinerários formativos” (Brasil, 2016b).

No governo Bolsonaro (2019-2023), cortes na educação superior e bolsas de pesquisa agravaram a precariedade, enquanto o atual governo de Lula (2023-2025) substituiu o teto de gastos pelo Arcabouço Fiscal, limitando despesas sociais em saúde, segurança e educação (Esquerda Diário, 2025b). Esses ataques a direitos impactam diretamente os jovens: em uma população de 212,6 milhões de pessoas (Brasil, 2024), 48,5 milhões são jovens entre 15 e 29 anos (Fundação Roberto Marinho, 2024). Os jovens representam cerca de 25% da população brasileira. Dentro da população entre 15 e 29 anos, 19% estão fora da escola ou não concluíram a educação básica. Dentre os jovens que não estão obtendo educação formal ou não concluíram os estudos, 71% são negros. Os motivos para a evasão escolar estão centrados na necessidade de trabalhar e, no caso das pessoas que gestam, por razão de gravidez.

Alvarado *et al.* (2021) destacam o enfraquecimento de políticas públicas para esse grupo, enquanto o Atlas de Violência escancara 21.800 homicídios de jovens de 15 a 29 anos em 2024. De 75% a 80% das vítimas são homens negros (Ibid.). No mesmo ano, quase 90% das pessoas mortas por policiais eram negras (Agência Brasil, 2024). É evidente que existem criminalizações de identidades e práticas juvenis pelo Estado. “Manifestações culturais da juventude negra e periférica como os bailes funks, por exemplo, são comumente vistas como inadequadas, associadas ao tráfico de drogas e são alvos de violência policial” (Observatório da Juventude, 2022, p. 21). Evitando pânico morais ou estigmas de rebeldia e delinquência sobre os jovens (Reguillo, 2000), compreendemos esses retrocessos políticos e econômicos como determinantes materiais das juventudes, agravando o empobrecimento estrutural e a precariedade educacional e profissional.

Rossana Reguillo (2000), reconhece que a categoria “jovem” assim como outras categorias sociais — como mulheres, por exemplo — está inserida em processos constantes de reconfigurações de sentido, cuja motivação é determinada pelos contextos histórico-políticos. As juventudes negras são diferentes das juventudes brancas, bem como as juventudes cisfemininas diferem das cismasculinas que diferem das juventudes trans.

Conforme Pierre Bourdieu (2003, p. 152) elabora, a juventude é mais do que uma palavra; essa é uma categoria socialmente construída, composta por arbitrariedades que integra a divisão dos poderes no mundo social.

Neste sentido, pensar na cultura produzida por esses indivíduos enquanto homogênea e unitária desconsidera as múltiplas experiências e realidades do ser jovem no Brasil. Os jovens formam agrupamentos motivados pelos mais diferentes interesses, onde exercem as suas construções e expressões identitárias a partir de gostos e práticas em comum. Construindo assim diversas culturas juvenis que constituem “espaços juvenis de amizade, cumplicidade, partilha, mas também podem envolver conflitos, embates, dissensos”, onde “compartilham sentimentos de pertencimento e afirmação coletiva, com o entrelaçamento das dimensões afetiva, simbólica e estética” (Observatório da Juventude, 2022, p. 16).

Os jovens são dotados de capacidades de auto organização que possibilitam a construção de um “sentido em comum em um mundo incerto” (Reguillo, 2000, p. 14, tradução nossa⁸), expressando-se dos mais diversos modos como

A anarquia, os grafites urbanos, os ritmos tribais, os consumos culturais, a busca de alternativas e os compromissos itinerantes, devem ser lidos como formas de atuação política não institucionalizada e não como as práticas mais ou menos inofensivas de um monte de desadaptados (Ibid., tradução nossa⁹).

Portanto, a sua relação com os meios de comunicação não fica fora do cerceamento político-histórico: Martín-Barbero (1997a, 1998) passa a observar o jovem enquanto “novo ator social” (Jacks; Schmitz, 2017, p. 1) em meados de 1980, “quando assumem um protagonismo até então inexistente no mundo social e nos meios de comunicação latino-americanos”. Rossana Reguillo reitera que este grupo social aprendeu a “tomar a palavra à sua maneira e a reapropriar-se dos instrumentos de comunicação” (2000, p. 15, tradução nossa¹⁰).

No tempo presente, as culturas juvenis integram também o ciberespaço, sendo constituintes das mídias digitais, junto às práticas dos outros usuários. Conforme debatemos, os embates sobre o ser jovem colocam esses indivíduos em categorizações de incerteza em relação ao seu tempo presente e ao seu futuro. O ambiente digital promove, em muitos casos,

⁸ Un sentido en común sobre un mundo incierto.

⁹ La anarquía, los graffitis urbanos, los ritmos tribales, los consumos culturales, la búsqueda de alternativas y los compromisos itinerantes, deben ser leídos como formas de actuación política no institucionalizada y no como las prácticas más o menos inofensivas de un montón de desadaptados.

¹⁰ [...] tomar la palabra a su manera y a han aprendido a tomar la palabra a su manera y a reapropiarse de los instrumentos de comunicación.

uma maior possibilidade de auto expressão, interação e consumo com menor supervisão (Carrijo, 2021), sendo considerados “artefatos culturais e rituais” (Winocur, 2009), constituindo “uma importante forma de pertencimento no universo juvenil” (Brito, 2016, p. 15). Apesar de não compreendermos os jovens enquanto nativos digitais, reconhecemos que há uma estreita relação entre esses e as tecnologias, especialmente por tais ferramentas integrarem a realidade social de forma mais ativa na atualidade.

A partir do pesquisador brasileiro, Muniz Sodré, entendemos que a mídia exprime uma “forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição das identidades” (2002, p. 23). Nestes espaços virtuais se pode construir e fortalecer vínculos de afeto e solidariedade representando, inclusive, lógicas de ação coletiva e organização social descentralizadas e espontâneas (Castells, 2017). Este caráter coletivo da mídia, em seus diferentes meios, configura uma dimensão privilegiada de reflexão quando consideramos o contexto político e econômico em que se insere.

As lógicas da racionalidade neoliberal (Dardot; Laval, 2016) tentam produzir subjetividades individualizantes, alinhadas com “o projeto central da política do capitalismo” que “consiste na articulação de fluxos econômicos, tecnológicos e sociais com a produção de subjetividade de tal maneira que a economia política se mostre idêntica à economia subjetiva” (Lazzarato, 2014, p. 14). Assim, os novos modelos de subjetividade são fundamentados em sentidos de concorrência, sucesso individual, autossuficiência (Rosa, 2019). Não há como deixar de lado a centralidade econômica e ideológica que impulsiona os meios de comunicação hegemônicos. Contudo, não levar em conta as capacidades de agenciamento dos sujeitos em tal contexto é igualmente equivocado, reflexão que desenvolvemos na próxima subseção.

2.2. TIKTOK: ENTRE TÉCNICAS, ALGORITMOS E PRÁTICAS COTIDIANAS

As mídias digitais são plataformas híbridas, ou seja, constituídas do emaranhado entre as lógicas técnicas e institucionais e as práticas emergentes dos usuários. Na seção anterior, articulamos a conceituação de plataforma a partir de Poell *et al.* (2020), contudo, os modos de uso dos indivíduos que acessam estes dispositivos também são articulados para estabelecer as

redes sociais como as conhecemos atualmente. Para Jesús Martín-Barbero “os meios se tornaram um espaço de condensação e intersecção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo que catalisam algumas das mais intensas redes de poder da atualidade” (2002, p. 226, tradução nossa¹¹).

Dentre essas plataformas, o TikTok se destaca pela interdependência entre dois eixos principais: (i) sua estrutura técnica — incluindo interface, algoritmos de recomendação e ferramentas para criação, edição e compartilhamento de vídeos curtos e fotos — e (ii) os acontecimentos sociais-midiáticos que emergem desses conteúdos ou são reconfigurados e potencializados na plataforma. Compreendemos que o ciberespaço, especialmente no que diz respeito às mídias digitais, perpassa constantes e aceleradas mudanças técnicas. Isso “leva o processo de volta ao início, multiplicando sua velocidade. Daí a sensação, diante da cibercultura, de mudança constante e a perspectiva de que se está sempre atrasado em relação ao espaço aonde se está” (Martino, 2025, p. 28-29). Contudo, é importante elencarmos algumas características técnicas do TikTok para delimitar as suas especificidades, reconhecendo que a rede social que acessamos neste momento pode não ser a mesma daqui a alguns dias, meses ou anos.

Essa dinâmica remonta aos primórdios da rede social. Lançado em 2014 como Musical.ly, com foco em dublagens de áudios e músicas e sede em Xangai (China), o app evoluiu para Live.ly em 2016. No ano seguinte, a ByteDance Technology, empresa chinesa, adquiriu-o por US\$ 800 milhões e o relançou globalmente como TikTok em 2018, ampliando suas *affordances* técnicas. O formato principal veiculado na rede são vídeos de 15 segundos a 10 minutos. No que tange o alcance do TikTok, o Brasil ocupa o terceiro lugar dentre os países com mais usuários ativos na rede social em 2024, com 98,6 milhões de usuários. Atrás apenas da Indonésia (123,8 milhões) e dos Estados Unidos (140 milhões) (Meltwater, 2025).

Em 2025, foi a quinta rede social mais utilizada no Brasil¹². Em termos demográficos, o TikTok possui um público predominantemente jovem, especialmente de usuários que possuem entre 16 e 24 anos (Ibid.). O TikTok permanece emergente no campo científico. Abrão (2023) identifica abordagens variadas na Comunicação: de ativismos digitais e comunicação política à educação e representações sociais. Sem padrões metodológicos fixos, embora a análise de conteúdo apareça recorrentemente. Esse levantamento é especialmente

¹¹ [...] los medios se han convertido en un espacio de condensación e intersección de la producción y del consumo cultural, al mismo tiempo que catalizan algunas de las más intensas redes de poder de la actualidad.

¹² O WhatsApp foi a primeira mais utilizada, seguido do YouTube, Instagram e Facebook, respectivamente.

relevante, pois meta-pesquisas sobre o TikTok também emergem paralelamente às análises de práticas na plataforma (Abrão, 2023).

Seus resultados revelam que, apesar das ferramentas uniformes, os usos são diversificados por dimensões além da técnica, como campanhas políticas, divulgação científica ou expressões identitárias. Assim, a plataforma possui notoriedade pela multiplicidade de conteúdos criados pelos seus usuários: de vídeos mostrando a rotina diária, a tutoriais de mulheres ensinando outras mulheres habilidades da construção civil, *rankings* semanais dos melhores cães da *internet*, análises de fenômenos sociais, vítimas de genocídio mostrando a sua realidade e denunciando o colonialismo e jovens mostrando doações recebidas após serem atingidos por enchentes históricas.

Tudo isso — e muito mais — ocorre na *For You* (FY), a página central do TikTok, que funciona como um *dashboard* e surge sempre ao abrir o aplicativo. Ela opera por meio de algoritmos de recomendação, exibindo conteúdos “curados” e relevantes para cada usuário, com base em dados de interações, buscas e preferências fornecidos pelos próprios usuários (Gillespie, 2018). Assim, curtir, salvar ou compartilhar vídeos de gatos brincando, por exemplo, sinaliza ao algoritmo que esse tipo de conteúdo cativa o usuário e deve ser priorizado em recomendações futuras. Isso significa que a *For You* de cada usuário não é igual a de outro, sendo a personalização algorítmica uma forte característica da plataforma. Mesmo ao buscar o mesmo conteúdo — como os “Recebidos da Enchente”, por exemplo —, usuários diferentes recebem recomendações distintas. Por isso, organizamos os vídeos selecionados para análise em uma pasta no Google Drive, disponibilizada no capítulo metodológico desta pesquisa (ver item 3.1.2).

Além da FY, as *hashtags* constituem uma forma de navegação na plataforma, podendo ser inseridas nas legendas dos vídeos, em comentários e na barra de pesquisa. Essa ferramenta, caracterizada pela cerquilha ou jogo da velha (#) precede palavras e termos de forma recorrente nas redes sociais, tendo como função o agrupamento de informações, temáticas e conteúdos em comum, além de promover campanhas e conteúdos (Silva, 2017). Assim, “em termos linguísticos, a *hashtag* existe, portanto, no limiar entre texto e metatexto, e traz à tona as etapas anteriormente ocultas de catalogação e indexação” (Bernard, 2019, p. 3, grifo nosso).

Por esta lógica, a maioria das estratégias dos vídeos publicados no aplicativo consiste em utilizar recursos de tagueamento, legendas e na adesão de *trends*, para que possam assim

acumular engajamentos e figurar na *For You* (Para Você), página principal do aplicativo e onde o usuário tem o contato com o conteúdo de maior relevância para ele dentro da rede social (Freitas, 2023, p. 49, grifo nosso).

O TikTok também conta com ferramentas de criação e edição de vídeos dentro da própria plataforma, sendo possível recortar, adicionar texto, filtros, efeitos, sons e músicas de forma integrada, sem a necessidade de utilizar um aplicativo de edição externo. Recursos como *stitch* permitem integrar vídeos alheios ao conteúdo original, frequentemente como respostas ou diálogos entre usuários-criadores. Os áudios estão disponíveis nas bibliotecas do próprio TikTok, ou podem ser adicionados pelos próprios criadores. Assim como as *hashtags*, também integram a plataforma enquanto ferramentas agregadoras de conteúdos e podem ser adicionados, remixados e editados livremente. São “ferramentas essenciais para a construção narrativa de um vídeo ou para a consolidação de uma *trend* viral e podem vir acompanhados de “transições”, como são denominados os efeitos de edições presentes no vídeo” (Freitas, 2023, p. 50). É possível realizar buscas pelos áudios e encontrar todos os vídeos que os utilizaram.

A viralização no TikTok ganha contornos específicos ao possibilitar monetização de perfis que atendam certas dinâmicas. O Programa de Recompensas do Criador¹³ oferece artigos educativos sobre noções básicas de monetização, cobrindo recursos disponíveis e procedimentos para receber/resgatar recompensas. A criação do programa foi motivada após a constatação de que o lançamento de vídeos com mais de um minuto, em 2022, obteve mais interesse dos usuários do que os vídeos curtos. A empresa observou a preferência por conteúdos mais densos e elaborou o Programa para “capacitar criadores a fortalecer seu ecossistema de conteúdo para impulsionar o crescimento, monetizar o conteúdo original de alta qualidade com mais de 1 minuto e desbloquear oportunidades no mundo real” (TikTok, 2026).

Na seção de dicas para começar a ganhar dinheiro na plataforma, destaca-se criação de conteúdo e engajamento como eixos centrais. Os requisitos incluem: vídeos originais com duração mínima de 1 minuto, resolução mínima de 1080p, ter pelo menos 18 anos, um mínimo de 10.000 seguidores e 100.000 visualizações nos últimos 30 dias, além de adesão às Diretrizes da Comunidade e Termos de Uso. Após cumprir todos os critérios, o criador inscreve-se no programa e aguarda aprovação. As remunerações dividem-se em duas

¹³ Programa de Recompensas para Criador. Disponível em: <https://www.tiktok.com/creator-academy/pt-BR/articles/monetize/overview>.

modalidades principais. A Recompensa Padrão constitui o pagamento básico, calculado proporcionalmente às visualizações qualificadas, considerando fatores demográficos como origem geográfica do público e idioma do conteúdo. Já a Recompensa Adicional, um bônus qualitativo, premia o desempenho superior dos vídeos conforme métricas de engajamento (tempo de visualização, retenção, conclusão e relevância de busca), elevando a RPM (receita bruta média por mil visualizações qualificadas) à medida que o conteúdo se mostra mais cativante e especializado.

Não há delimitação exata dos valores pagos aos criadores, devido às múltiplas variáveis que influenciam a monetização. Apesar das regras da plataforma, as trocas entre usuários do TikTok revelam práticas coletivas de auxílio mútuo para alcançar as métricas exigidas. Issaaf Karhawi e Willian Fernandes Araujo (2025) identificam que, embora as plataformas estabeleçam as “regras do jogo” (p. 3) da monetização, os usuários “orientam-se por estratégias e conhecimentos sobre sistemas de recomendação que são incorporados nos comportamentos para ampliar o resultado das trocas de engajamento” (p. 12). Práticas como vídeos que incentivam abertamente comentários, *follows* e engajamento mútuo entre produtores demonstram um tensionamento participativo às normas institucionais. Isso revela que os sujeitos cumprem as regras objetivas para atingir as métricas de recompensa, mas frequentemente priorizam engajamento artificial sobre o conteúdo “de qualidade” preconizado pelo Programa do TikTok.

Assim, os usuários estabelecem práticas orientadas pelas suas próprias inferências do funcionamento da plataforma, partindo das suas experiências empíricas e do que se compreende como “imaginários algorítmicos” (Bucher, 2017). As lógicas algorítmicas do TikTok suscitam um debate complexo: de um lado, opacidade em seu funcionamento, com detalhes não revelados abertamente pelas plataformas¹⁴. De outro, observam-se evidências nos acontecimentos da plataforma que revelam sua submissão a interesses políticos e econômicos, como a censura de certos espectros ideológicos e o impulsionamento de outros¹⁵:

A opacidade dos algoritmos e a transparência dos nossos dados [. . .] [questionam] a nossa capacidade de funcionar como cidadãos. [. . .] [Isso] deve levar a questões mais radicais do

¹⁴ A diretora editorial do TikTok no Reino Unido, Yasmin How, relatou em entrevista a dificuldade em descrever como o algoritmo da plataforma funciona, pois é considerado “sofisticado demais” (Walker, 2022, p. 90).

¹⁵ ‘Bloqueio do TikTok nos EUA é censura aos palestinos’. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2025/01/16/bloqueio-tiktok-eua-censura-palestinos/>.

que em qualquer momento anterior sobre o tipo de hegemonia que está sendo instalada (Canclini, 2021, p. 81-82).

Através da noção de governança das plataformas, as redes sociais são possibilitadas de “estabelecer regras, negociar condutas, identificar e decidir o que é ou não publicável” (D’Andréa, 2020, p. 60). Tais compreensões são essenciais para não cairmos em simplismos de que os usuários possuem liberdade ilimitada para exercitarem a sua criatividade e se expressarem nas redes sociais. Estas plataformas e seus usuários alteram consideravelmente as formas de produção e consumo no cenário dos meios de comunicação, mas isso não significa que as fronteiras da regulação tenham sido derrubadas.

Os dados produzidos nos fluxos de uso das redes sociais são um produto valioso para o capitalismo de vigilância. Cada vez mais, acredita-se ser possível identificar comportamentos subjetivos dos usuários e personalizar ofertas de produtos e serviços conforme seus desejos e necessidades momentâneos, tornando-os alvos constantes de publicidade digital. Esse fenômeno é conceituado por Shoshana Zuboff (2021, p. 21) como a “reivindicação unilateral da experiência humana como matéria-prima gratuita para tradução em dados comportamentais”. Couldry e Mejías (2019) reiteram a problemática a partir da noção de colonialismo de dados, “uma ordem emergente para a apropriação da vida humana, de modo que dados possam ser continuamente extraídos dela para fins lucrativos” (p. xiii, tradução nossa¹⁶).

A “transação” entre dados pessoais dos usuários e a produção de anúncios segmentados ocorre via Termos de Serviço da plataforma: um contrato unilateral, pois sem concordância aos termos o acesso à rede social é negado. Liali *et al.* observam no discurso das políticas e termos das plataformas digitais a operação de uma legitimação, “pois elas precisam da adesão dos sujeitos para minerar seus dados” (2025, p. 15). No site oficial, o TikTok se apresenta como uma plataforma de vídeos curtos para dispositivos móveis, com a missão de “inspirar criatividade e trazer alegria” (TikTok, 2021a¹⁷). Essa visão é reforçada por Katie Puris, diretora de marketing empresarial global da empresa, que descreve o espaço como local para expressão dos usuários e engajamento de marcas via “sentimentos, ações e sons” (Puris, 2020, tradução nossa¹⁸).

¹⁶ Data colonialism is, in essence, an emerging order for the appropriation of human life so that data can be continuously extracted from it for profit.

¹⁷ Inspiring creativity and bringing joy is core to the TikTok experience.

¹⁸ [...] feelings, actions and sounds.

Assim, a “inclusão” aparece como um pilar discursivo da plataforma, cujas ferramentas, em tese, democratizam a criatividade e visibilidade. No entanto, investigações revelam contradições: a agência de notícias Intercept acessou documentos internos da empresa que orientam moderadores a censurar conteúdos de pessoas com deficiência, casas pobres, usuários “feios”, além de críticas a funcionários públicos, ameaças à segurança nacional, favelas, miséria, “barrigas de cerveja”, “sorrisos tortos” ou decorações de “mau gosto” (Biddle; Ribeiro; Dias, 2020). Essas diretrizes vigoraram até 2019, mas os Termos de Serviço, atualizados em 2020 e válidos até a escrita deste trabalho em 2025, mantêm ambiguidades semelhantes¹⁹.

Luís Henrique Rauber (2021) tensiona as incoerências entre a proposta institucional do TikTok, seus Termos de Serviço e práticas de censura, destacando que o incentivo à autenticidade opera “desde que enquadrada em regras de moderação das plataformas” (p. 12). Essa regulação transcende âmbitos legais e técnicos, controlando formas simbólicas e integrando dinâmicas de poder, hegemonia cultural, política e econômica. Além disso, a construção discursiva do TikTok enquanto um lugar

[...] seguro, acolhedor e divertido – adjetivos positivos que se opõem aos contextos de polarização, radicalização e incivilidade que povoam o ecossistema de plataforma global. Sendo assim, é legítimo minerar dados dos sujeitos, impor papéis e microgerenciar o que pode circular no ambiente – tudo em nome de ser um local seguro em meio ao caos online (Liali *et al.*, 2025, p. 18).

Estabelecemos as dimensões técnicas e regulatórias das plataformas digitais, bem como as complexidades do viés algorítmico — opaco e orientado por interesses corporativos —, para sustentar uma postura crítica a esses elementos. Afinal, a cultura constitui um campo “de intercâmbios flexíveis, dinâmicos e em constante movimento, que não deixam de comportar relações de poder expressas nas disputas, hierarquias e assimetrias” (Cogo; Brignol, 2011, p. 82). Nos propomos, portanto, a articular como esses elementos podem delimitar as práticas culturais no TikTok sem perder de vista o agenciamento realizado nesses espaços. Assim, fazemos coro às preocupações do capitalismo de vigilância e colonialismo de

¹⁹ “Reservamo-nos o direito de, a qualquer tempo e sem prévio aviso, remover ou desabilitar o acesso a determinados conteúdos, ao nosso absoluto critério, por qualquer motivo ou sem motivo algum. Entre as razões que poderão nos levar a remover ou a desabilitar o acesso a conteúdos estão a determinação de que o conteúdo é repreensível, ou de que o conteúdo constitui violação a estes Termos ou às Diretrizes da Comunidade, ou é de outra forma prejudicial aos Serviços ou aos nossos usuários. Nossos sistemas automatizados analisam seus conteúdos a fim de oferecer-lhe os recursos que lhe sejam pessoalmente relevantes, tais como resultados de pesquisas personalizados, propagandas customizadas e detecção de spam e malware. Essa análise ocorre à medida que os conteúdos são remetidos, recebidos e quando armazenados” (TikTok, 2021b).

dados, mas nos propomos a ir além: tensionar as experiências dos sujeitos com as plataformas.

Nos alinhamos à teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero (1997b), que desloca o foco dos meios para os processos de tensão entre estruturas institucionais e práticas cotidianas. Buscamos, então, a sua noção de *popular*. O autor resgata historicamente o conceito de *povo* para elaborar diálogos e rupturas que deslocam o eixo analítico das lógicas institucionais para as práticas cotidianas dos sujeitos. A partir dessa retomada histórica, identifica um “descentramento do conceito mesmo de cultura, tanto em seu eixo e universo semântico como no pragmático” (Ibid., p. 90). Conceito esse que era previamente estabelecido como contraposição entre cultura erudita e cultura popular.

Em suas palavras, o “popular é o nome para uma gama de práticas inseridas na modalidade industrial, ou melhor, o ‘lugar’ a partir do qual devem ser vistas para se desentranharem suas táticas” (Ibid., p. 115), sendo o “*lugar metodológico*” (Ibid., p. 92, grifo no original). É, assim, “um ponto de vista, uma perspectiva que olha o mundo ‘do outro lado’, ou a experiência ‘do que as pessoas fazem com’ – ou seja, o que as pessoas fazem com o que consomem” (Rincón e Rodríguez, 2015, pp. 173–174). Aloca-se o conceito a partir de duas dimensões. A primeira posiciona-se na ideia de que o popular está em constante diálogo com o massivo. Sendo pensado como um entre-lugar, a partir da sua relação entrelaçada com o massivo, cuja compreensão se dá na

sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (Martín-Barbero, 1997b, p. 105).

A segunda “refere-se à compreensão do popular como um espaço de práticas na vida cotidiana” (Escosteguy; Carrijo, 2025, p. 6) e traduz-se nas práticas de consumo e produção existentes na rotina dos indivíduos. São os jovens gravando uma *trend* a partir dos itens que receberam após serem afetados por um desastre, blogueiras mostrando as suas casas, dentre tantas possibilidades. É nas práticas dos sujeitos que compreendemos que, mesmo que as plataformas ofereçam ferramentas mais ou menos uniformes para os seus usuários, os usos que os usuários fazem as ressignificam e se diferenciam entre si. Portanto,

mesmo com o refinamento das tecnologias contemporâneas, com processos de inteligência artificial e aprendizado de máquina, consideramos coerente com o pensamento barberiano reiterar que as tecnologias são intrinsecamente sociais, conferindo relevância simultânea ao protagonismo dos sujeitos e dos algoritmos (Escosteguy; Carrijo, 2025, p. 10).

O historiador francês, Michel de Certeau (1998, p. 60), dedicou-se à investigação dos usos e apropriações onde evidencia as modificações e reinvenções da cultura pelos consumidores, ou seja, pessoas comuns ou “o homem ordinário”. O autor estabelece esses indivíduos enquanto não passivos, deliberadamente ativos nas suas práticas cotidianas com os produtos que interagem. Dessa forma, compreende-se que existam diversas maneiras de uso e de apropriação, sendo essas duas dimensões complementares, porém distintas, nas práticas cotidianas dos sujeitos. Os usos são as operações concretas empregadas, as maneiras de fazer propriamente ditas. A apropriação, entretanto, é uma modalidade específica de uso, podendo ser alinhadas, opositivas, negociativas, enfim, exercidas de formas criativas pelos sujeitos. Realçam, portanto, a agência dos sujeitos sobre os objetos de consumo e são guiadas por competências culturais específicas. De acordo com a pesquisadora Daniela Schmitz (2015, p. 269), nos usos

se expressam potenciais de apropriação, o que possibilita levar em conta o que os sujeitos “fazem com” as informações obtidas na mídia, fabricando sentidos que muitas vezes podem ser desviantes e que são configurados a partir de referências das práticas cotidianas.

Em contextos de desastres, portanto, as mídias digitais são ativadas para múltiplas finalidades: informação, mobilização, apoio mútuo e até expressão humorística ou entretenimento. Ao integrarem ferramentas de criação e compartilhamento de conteúdo, se constituem em espaços onde práticas cotidianas se manifestam e são ressignificadas, isto é, apropriadas.

Nas enchentes do Rio Grande do Sul, além dos perfis oficiais da mídia tradicional e institucional, Florence *et al.* (2024) identificam que perfis não governamentais e de agentes da sociedade civil articulam múltiplas frentes de ação. Divulgações, mobilizações e organizações ocorreram com maior autonomia, independente de intermediação por instituições públicas ou privadas. Tal dinâmica resultou tanto da agilidade inerente às redes sociais quanto da “falta de gestão de comunicação centralizada durante a crise e da insuficiência de respostas governamentais”, configurando um cenário em que “diversos

atores sociais se mobilizaram em várias frentes, obtendo resultados positivos em demandas emergenciais” (Ibid., p. 3). No âmbito do presente objeto de estudo, a *trend Recebidos da Enchente* alcançou significativa repercussão por meio da elaboração de conteúdos que abarcam perspectivas diversificadas sobre o desastre. Assim, entre as múltiplas utilizações das redes sociais no contexto da enchente, focalizamos esta prática específica, que evidencia que “as pessoas não se relacionam com algoritmos [e com as plataformas] da mesma maneira. Semelhante às teorias populares, os imaginários são contextuais aos lugares e histórias em que estão situados” (Siles *et al.*, 2024, p. 97).

Conforme viemos delineando a partir das autoras e autores aqui articulados, nos dedicamos à centralidade das análises aos processos e às práticas de comunicação e não aos objetos técnicos em si. Os *in-betweens* — isto é, as mediações constitutivas das práticas desses jovens — integram nossa abordagem analítica. Para melhor contextualizá-la, dedicamos a próxima seção a uma breve retomada dos preceitos dos Estudos Culturais e da teoria das mediações, delimitando aquelas definidas como centrais para esta pesquisa.

2.3 OS ESTUDOS CULTURAIS E A TEORIA DAS MEDIAÇÕES

A perspectiva teórico-metodológica dos Estudos Culturais (EC) constitui uma virada de chave nos estudos da área da Comunicação. Ancorada em uma tradição interdisciplinar — especialmente com a antropologia, sociologia e estudos da mídia —, dedica-se à análise das produções e disseminações de significados culturais na vida social. Portanto, o próprio conceito de cultura para os EC perpassa a superação de uma noção hierárquica pensada em níveis. Nega-se, assim, a existência de culturas de maior ou menor prestígio, pois infere-se ao cotidiano um espaço de produção cultural transversal, propondo uma acepção que contemple a cultura enquanto conjunto de práticas de produção de sentidos e “significados compartilhados, produzidos e manejados via linguagem que, por sua vez, “opera como sistema representacional” (Hall, 2016, p. 18).

Sua origem data da década de 1950, na Inglaterra. O contexto do pós-guerra no país foi profícuo para o desenvolvimento de análises da cultura da classe operária e das massas, expandindo as compreensões sobre relações de poder, identidades e elaborações de significados. A sua institucionalização ocorreu através do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), na Universidade de Birmingham, na década de 1960. As elaborações iniciais

na fundação do CCCS tomaram forma a partir de Raymond Williams (*Culture and Society*, 1958), Richard Hoggart (*The Uses of Literacy*, 1957) e Edward P. Thompson (*The Making of the English Working-Class*, 1963). Adiante, Stuart Hall assume o cargo de Hoggart e adiciona a sua perspectiva sobre as práticas de resistência das subculturas (Escosteguy, 2001, p. 152-153).

A partir das elaborações fundadoras da tradição dos EC, passa-se a elaborar a criação cultural enquanto situada no “espaço social e econômico, dentro do qual a atividade criativa é condicionada” (Ibid., p. 156). Neste sentido, reiteramos o nosso diálogo com esta abordagem teórico-metodológica, já articulada desde o início desta pesquisa. Se nos propomos a investigar as produções de sentido via práticas dos jovens com as tecnologias, é porque fazemos coro à compreensão de que “as práticas cotidianas fazem parte da cultura dos indivíduos, grupos e classes sociais, e são elementos fundamentais para construir a identidade das pessoas e das comunidades, a maneira como se cria uma imagem para si mesmos e para os outros” (Martino, 2015, p. 49).

Reconhecemos, contudo, que a delimitação de uma fundamentação desta tradição a partir do seu surgimento na Inglaterra pode ser arbitrária, pois existem tradições tanto precursoras quanto paralelas situadas em diferentes espaços geográficos. Diferentes existências das elaborações dos Estudos Culturais são reconhecidas globalmente, construídas a partir dos seus contextos específicos e buscando abarcar as complexidades culturais a partir das suas próprias demandas e especificidades (Wortmann *et al.*, 2019). Portanto, apesar de identificarmos esta alocação epistemológica enquanto originária de laborações que, a nós, são ricas para refletir a pesquisa, não podemos deixar de reconhecer que “em outras localidades e em outros momentos podem ser identificadas ‘outras’ origens para os Estudos Culturais [...], que desestabilizam a narrativa sobre *uma* origem centrada, sobretudo, em Birmingham, na Inglaterra” (Escosteguy, 2015, p. 155).

O próprio contexto latino-americano é evidenciado nas pesquisas de intelectuais que buscam articular uma visão local, desvinculada da ideia de que tais pensamentos possuem uma origem externa e europeia. No contexto das pesquisas latino-americanas em comunicação, o semiólogo-antropólogo-filósofo espanhol que esteve radicado na Colômbia, Jesús Martín-Barbero (1937-2021), representa um marco de virada epistemológica a partir da

sua teoria das mediações²⁰. O contexto acerca do lançamento da primeira edição do seu livro *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, em 1987, era de efervescência política e cultural e de resistência aos regimes autoritários em grande parte dos territórios da América do Sul e América Central. Martín-Barbero propôs um pensamento alternativo aos até então dominantes enfoques dos meios de comunicação enquanto ferramentas de dominação fixas e incontestáveis, onde os emissores são dominantes e os receptores dominados de forma indiscutível e cuja mensagem é interpretada tal qual a intenção do emissor.

Observando o que denomina de mestiçagem cultural, ou seja, processos de hibridização característicos do contexto latinoamericano, o autor chama atenção para as dinâmicas fluidas que os elementos populares e hegemônicos representam. Contraindo, assim, noções polarizantes desses dois aspectos da cultura. Em 1973, quando volta do seu doutorado na França, Martín-Barbero se aproxima da área da Comunicação. Ele observou que, na época, estudar comunicação se limitava a estudar os meios “e estudar meios tinha então basicamente duas formas: economia política dos meios e leitura ideológica das mensagens” (2009).

Buscando ampliar a noção de que os meios devem ser articulados com as culturas cotidianas e ir além dos seus elementos econômicos e ideológicos, o autor elabora a teoria das mediações. A comunicação, portanto, passa a ter a sua problemática centrada nas mediações que provêm de “formatos históricos, de matrizes culturais” (Ibid.). Esta perspectiva sugere que a comunicação é onde o popular se encontra com o massivo, de forma imbricada. Nas articulações teórico-metodológicas propostas para esta pesquisa, compreendemos que as leituras, consumos e produções com as plataformas possuem sentidos imbricados no hegemônico, contra-hegemônico e entre ambos. Em entrevista, Jesús Martín-Barbero recupera a elaboração de hegemonia de Antonio Gramsci para argumentar que este “nos

²⁰ Martín-Barbero prefere a articulação do seu trabalho enquanto Estudos da Cultura, e não Estudos Culturais, por compreender que as suas práticas são originárias das suas articulações e observações do cotidiano local e não um desdobramento geográfico de elaborações inglesas (Escosteguy, 2018). Porém, o mesmo destaca que as investigações latino-americanas se aproximam cada vez mais dos Estudos Culturais ao interpretarem as indústrias de comunicação e cultura como forças geradoras de e organizadoras das vivências sociais (Martín-Barbero, 2004). Assumimos, portanto, uma leitura dos EC britânicos e dos Estudos da Cultura ou EC latino-americanos enquanto convergentes e, assim, profícuos de diálogos que enriqueçam o trabalho reflexivo e analítico, reconhecendo as respectivas contextualidades epistemológicas.

ensinou também a noção de dominação como hegemonia, e a hegemonia é feita de cumplicidade, de sedução, de fascinação” (Ibid.).

Estas compreensões centralizam a *cultura* no debate e deslocam, epistemologicamente, como se costumava olhar para a comunicação: passa-se a olhar para *o que as pessoas fazem*, as suas resistências, apropriações, negociações e usos cotidianos. Dessa forma, o processo da comunicação é compreendido na sua totalidade e não apenas do ponto de vista da produção/emissão:

As mediações são esse ‘lugar’ de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver (Martín-Barbero; Munhoz, 1992, p. 20).

Esse movimento de deslocamento e ruptura ilumina os questionamentos sobre a comunicação e a cultura enquanto o campo de batalha político da atualidade. Além disso, revela que a comunicação não se resume aos meios, artefatos, plataformas e algoritmos de forma estritamente técnica, propondo um olhar que ultrapassa as abordagens tecnocráticas (Martín-Barbero, 2010, p. 15).

Contudo, é preciso estabelecer que não há uma definição encerrada sobre o que são as mediações. Isso porque Martín-Barbero constrói e reconstrói os mapas das mediações ao longo das décadas para abarcar o que essas categorias representam: os movimentos e as transformações da sociedade, com especial atenção à comunicação (Lopes, 2018). Contudo, pode-se compreendê-las de forma geral como “entendimento dos processos comunicacionais dentro de uma moldura cultural, isto é, onde ocorre a produção de sentido” (Escosteguy; Carrijo, 2023, p. 23). Por isso, a interpretação das mediações enquanto plurais (Lopes, 2018) e, ainda, como compreensões que contemplam o entre-lugar. Desse modo, as mediações são as existências entre a mensagem e a recepção.

Conforme mencionamos anteriormente, ao longo da sua obra, Jesús Martín-Barbero elaborou diferentes mapas das mediações, ou os mapas noturnos. Estes instrumentos servem de sustentação teórico-metodológica para os que se aventuram a olhar para a realidade social a partir da teoria das mediações, como fazemos neste trabalho. Neste sentido, volta-se a atenção à “interação dos indivíduos com os meios, e [à] interação entre os próprios

indivíduos, grupos e instituições que se utilizam dos recursos simbólicos, providos midiaticamente, em suas ações e relações cotidianas” (Serelle, 2016, p. 79).

As articulações cartográficas de Martín-Barbero resultaram em múltiplos mapas que sistematizam diferentes mediações dando conta do contexto comunicativo-cultural de suas respectivas épocas. Os mapas são compostos por mediações principais, ou eixos (ex.: temporalidades, sensorialidades, tecnicidades e espacialidades²¹), e mediações secundárias, que diferem ou são reorganizadas entre um mapa e outro (ex.: identidades, narrativas, cidadanias e redes). Suas articulações não são limitadas a uma ordem específica, nem mesmo a combinação de dadas mediações são restritas ou rígidas, desde que o indivíduo que as investiga observe a aderência das mediações delimitadas ao seu objeto e aos seus questionamentos de pesquisa (Marques e Rosa, 2022).

Segundo Lopes (2018), a teoria barberiana da comunicação articula os seguintes mapas e suas respectivas mediações: Mapa Noturno (1987), elabora a cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural; Mapa das Mediações Culturais da Comunicação (1987), articula lógicas de produção, formatos industriais, competências da recepção (consumo) e matrizes culturais; Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura (1998), abarca as dimensões anteriores e adiciona as mediações tecnicidade, ritualidade, socialidade e institucionalidade; Mapa das Mutações Comunicativas e Culturais Contemporâneas (2010), delimita as mediações temporalidade, fluxos, ritualidade, espacialidade, cognitividade, mobilidade e identidade.

Elaborado em 2017 a partir de uma entrevista de Jesús Martín-Barbero a Omar Rincón, e publicado em 2019, a construção de um quarto mapa articulou-se a partir da iminência de se investigar o *sensorium* contemporâneo. Ou seja,

da sensação como se experimenta e interpreta os entornos culturais, tecnológicos e políticos em que se vive. Portanto, o *sensorium* faz referência à sensação, à percepção e à interpretação da experiência cultural que habitamos (Rincón, 2019, p. 263, tradução nossa²²).

Esta nova articulação aciona novos eixos — tecnicidades e sensorialidades — e novas mediações — narrativas, redes e cidadanias. É a partir deste mapa que delimitamos as mediações operacionalizadas nesta pesquisa:

²¹ Mediações principais do Mapa das Mutações Culturais e Comunicativas Contemporâneas, lançado em 2017 (Figura 1).

²² “[...] de la sensación como se experimenta e interpreta los entornos culturales, tecnológicos y políticos en los que se vive. Por lo tanto, el *sensorium* hace referencia a la sensación, la percepción y la interpretación de la experiencia cultural que habitamos” (Rincón, 2019, p. 263).

Figura 1 — Mapa das Mutações Culturais e Comunicativas Contemporâneas 2017



Fonte: Adaptação de Lopes (2018).

Mesmo em meio às alterações e reformulações dos seus mapas ao longo do tempo, Martín-Barbero mantém um elemento em comum em todos: a tríade comunicação, cultura e política. Essas são centrais e indissociáveis, isto é, são as mediações fundantes e constitutivas do pensamento das demais. A busca do autor, a partir das elaborações das mediações e da sua ilustração via cartografia, é justamente por abarcar as complexidades desta tríade nos diferentes objetos empíricos (Pieniz; Cenci, 2019, p. 137). Por isso, um mapa não substitui o anterior, já que “cada novo mapa se apropria, reinterpreta e adiciona reflexões aos anteriores, em um processo que exige um pensamento de maior complexidade” (Ibid., p. 154, tradução nossa²³).

Referendamos a compreensão de que os mais variados objetos de estudo podem ser articulados metodologicamente a partir das mediações, especialmente aqueles que se atentem aos processos dos entre-lugares em que as práticas cotidianas residem. As maneiras pelas quais os mapas são apropriados por uma pesquisadora, como no caso desta investigação, depende das suas estratégias metodológicas “de modo que a escolha possa recair em determinadas mediações, e não em outras, dependendo do destaque que ganham na abordagem analítica” (Lopes, 2018, p. 21). Dessa forma, considerando a questão central e os

²³ [...] cada nuevo mapa se apropria, reinterpreta y añade reflexiones a los anteriores, en un proceso que exige un pensamiento de mayor complejidad.

objetivos desta dissertação, este estudo se apropria das mediações *tecnicidades e narrativas* e as operacionaliza de forma central. Apesar dessa ênfase, preserva-se a abertura analítica para que outras dimensões possam emergir nos resultados da pesquisa.

2.3.1 As tecnicidades e as narrativas

As tecnicidades assumem um eixo central no último mapa, sendo conceituadas a partir da noção filosófica grega *techné*, “que remete à destreza, à habilidade de fazer, mas também de argumentar, de expressar, de criar e de comunicar através de formas materiais, destreza essa que se atualiza com base nos novos modos de lidar com a linguagem” (Lopes, 2018, p. 9). Esta noção é elaborada para dar conta da complexa relação das tecnologias e de suas lógicas técnicas em *mútua relação* com as práticas culturais, sociais e simbólicas dos sujeitos. Dessa forma, o olhar não é para a tecnologia de forma estanque, pois

A tecnicidade não é da ordem do instrumento, mas da ordem dos saberes, da constituição de práticas produtoras de inovações discursivas, dos modos de percepção social. Afasta-se, portanto, da noção de técnica como mero aparato, recuperando o original sentido [...] O que está aí implícito é a recusa do sentido instrumental de tecnologia tão sedimentada nos estudos de comunicação (Ibid., p. 9-10).

Propomos a operacionalização desta mediação a partir da observação das destrezas dos jovens da *trend* com as *affordances* do TikTok e com diversos outros formatos e conteúdos circulados na plataforma. Os usuários se apropriam das ferramentas e lógicas da plataforma de diferentes formas, como por meio de vídeos curtos, músicas virais e estratégias para impulsionamento dos conteúdos, conforme desenvolvemos nas análises. Portanto, o que fazem *com* a tecnologia se expressa de forma totalmente única ao evidenciarem suas próprias produções de sentido. Assim, para Martín-Barbero “os recursos técnicos não se referem apenas a formatos industriais, mas também a outras formas de narrar” (Silva; Baseio, 2019, p. 174, tradução nossa²⁴), o que adquire considerável expressividade em um contexto de desastre.

²⁴ En este sentido, JMB - es categórico al afirmar que los recursos técnicos no remiten sólo a los formatos industriales, sino también a otros modos de narrar.

Por isso, o olhar às tecnicidades, proposto por Martín-Barbero, procura ir além de um único viés — seja ele estritamente técnico ou econômico. Pois a mediação tecnológica “não apenas realoca lugares e modos de acesso, mas também está repensando profundamente a separação entre práticas criativas e de consumo, como testemunhado especialmente pelas gerações mais jovens” (Martín-Barbero, 2001a, p. 15, tradução nossa²⁵). Preocupa-se, assim, com o modo pelo qual os usuários interagem com, ressignificam e adaptam as lógicas e *affordances* das plataformas e das tecnologias a partir dos seus próprios repertórios. Entende-se que, por mais que as lógicas técnicas tenham o seu papel na transformação das relações sociais, estas últimas também possuem grande importância nas mudanças das lógicas técnicas.

A partir das inovações na produção altera-se o formato e o ambiente sociocultural onde as construções discursivas são produzidas e circuladas, característica das tecnicidades. Assim, desenvolvem-se competências comunicativas para a construção de narrativas em diferentes formatos e contextos. Isso significa que a linguagem opera como um aspecto em comum entre as mediações tecnicidades e narrativas. A operacionalização da mediação *narrativas* é acionada a partir da observação dessa enquanto estratégias de comunicabilidade (Silva; Baseio, 2019). Se buscamos compreender as construções de sentidos nos *Recebidos da Enchente*, isso perpassa pelo delineamento e análise de tais estratégias.

No contexto atual, a partir do qual o autor elabora as narrativas como uma mediação em seu último mapa (2017), nos deparamos com a dinamicidade que o digital e as plataformas proporcionam para a disseminação das narrativas em rede. Historicamente, o ato de narrar sempre esteve presente e integra um dos pilares de sobrevivência humana. Os formatos das narrativas perpassam os poemas, peças de teatro, cartas, livros, histórias orais, fofocas, discursos, dentre outros, para atualmente incluir as narrativas digitais como forma de expressão, representação e registro: “internacional, trans histórica, transcultural, a narrativa está sempre presente, como a vida” (Barthes, 2001, p. 103-104).

Todas essas maneiras de narrar são compreendidas enquanto gêneros narrativos ritualizados e incluimos os vídeos circulados no TikTok enquanto constituinte de tais gêneros (Silva; Baseio, 2019, p. 175). São manifestações da experiência “em cada momento e contexto, organizando-se em variadas linguagens, códigos e suportes. Desde as pinturas

²⁵ La mediación tecnológica no solo relocaliza lugares y modos de acceso, sino que está replanteando profundamente la separación entre prácticas creativas y de consumo, como lo demuestran especialmente las generaciones más jóvenes.

rupestres até os jogos digitais, por meio da linguagem visual, oral (incorporada aos processos tecnológicos e informativos), escrita, gestual, sonora [...]” (Ibid., p. 168, tradução nossa²⁶). A perspectiva barberiana articula as narrativas enquanto mediação somente no último mapa e as encara enquanto diretamente associadas ao ritual. Esse, por sua vez, recebe interesse pelos seus vínculos com “o circuito (o espaço específico que o ritual produz) e também a repetição” (Silva; Baseio, 2019, p. 173). Martín-Barbero delimita que os recursos e as ferramentas técnicas remetem também a outras formas de narrar.

Como estratégia de comunicabilidade, as narrativas se assentam na “espessura” das relações entre sujeitos e meios, promovendo apropriações hegemônicas, negociadas ou contra-hegemônicas nos diferentes contextos. É necessário pensar nas repetições, rupturas, conflitos e surpresas para capturar as narrativas, sendo o narrador “[...] aquele que retira das experiências o que ele conta: sua própria experiência ou a narrada por outros. E incorpora as coisas narradas às experiências de seus ouvintes” (Benjamin, 1994, p. 201).

Em síntese, tecnicidades e narrativas — operacionalizadas como destrezas práticas com *affordances* do TikTok e estratégias de comunicabilidade — revelam os jovens da *trend Recebidos da Enchente* não como receptores passivos, mas como mediadores ativos que hibridizam lógicas algorítmicas com experiências locais de desastre, reconfigurando os sentidos sobre o desastre (Martín-Barbero, 2017; Lopes, 2018). Essa dupla mediação ilumina as dinâmicas de comunicabilidade no TikTok, pavimentando a análise dos dados empíricos subsequentes e enriquecendo o diálogo com os Estudos Culturais latino-americanos.

Neste sentido, reconhecemos que se trata de mediações profundamente imbricadas, onde revelar uma resulta também na iluminação da outra, conforme veremos nas análises do *corpus*. Reconhecemos, contudo, que outras mediações podem emergir nos dados empíricos, refletindo a natureza processual das práticas culturais no TikTok — o que reforça a flexibilidade da teoria de Martín-Barbero (Silva; Baseio, 2019). Assim, este capítulo consolida as mediações tecnicidades e narrativas como eixos analíticos centrais, pavimentando a operacionalização metodológica no próximo capítulo, onde detalhamos o protocolo de análise para o *corpus* audiovisual da *trend*, alinhado às especificidades das mídias digitais e aos achados da revisão bibliográfica.

²⁶ en cada momento y contexto, organizándose en variados lenguajes, códigos y soportes. Desde las pinturas rupestres hasta los juegos digitales, por medio de lenguaje visual, oral (incorporada a los procesos tecnológicos e informativos), escrita, gestual, sonora [...].

A partir das elaborações aqui levantadas, reforçamos que a teoria das mediações é um aporte teórico-metodológico que perpassa toda a pesquisa e se consolida enquanto forma de se olhar para a investigação. No próximo capítulo, passamos para as balizas metodológicas desta dissertação, onde abordamos o processo de construção da pesquisa e a elaboração de um protocolo de análise de dados que propõe a aplicabilidade das mediações técnicas e narrativas às especificidades de um objeto audiovisual alocado em mídias digitais.

3 BALIZAS METODOLÓGICAS

Neste capítulo apresentamos os caminhos metodológicos percorridos e as escolhas feitas ao longo da pesquisa. Compreendemos que o fazer científico demonstra o constante movimento da ciência e do mundo social. Questiona-se porque faz-se e faz-se porque questiona-se, de forma mútua. A metodologia, portanto, é compreendida como um esquema que estrutura o pesquisar, a espinha dorsal que funciona como eixo central do corpo-investigação. Sendo um guia para o fluxo efetivo da investigação expresso por meio de escolhas e decisões específicas adotadas durante todo o percurso investigativo (Lopes, 1990).

Assim, neste espaço relatamos a execução desta pesquisa e os procedimentos envolvidos em tal tarefa. Delimitamos os aspectos metodológicos da investigação, apresentamos a revisão narrativa (Flor *et al.*, 2022) realizada, a delimitação do *corpus*, bem como o protocolo de sistematização de dados construído para organizar e descrever os conteúdos coletados. Então, nos debruçamos sobre as mediações de Jesús Martín-Barbero e apresentamos o protocolo de análise elaborado para dar conta do *corpus* e dos questionamentos suscitados a partir dele.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A espinha dorsal desta pesquisa é uma metodologia construída com o intuito de abarcar uma abordagem qualitativa de investigação, ou seja, a busca por aprofundar compreensões sobre fenômenos sociais a partir de suas expressões linguísticas, visuais e performáticas, sempre considerando o contexto em que se manifestam. Bauer, Gaskell e Allun (2002) defendem que a compreensão dos fenômenos sociais exige uma multiplicidade metodológica onde os instrumentos aplicados sirvam para propiciar a observação dos acontecimentos, a inferência dos sentidos de tais acontecimentos, a interpretação das suas materialidades e, por fim, uma análise sistemática das ações anteriores.

Os autores elaboram quatro dimensões estruturantes para a construção da investigação qualitativa: princípios de delineamento, coleta de dados, tratamentos analíticos dos dados e os interesses do estudo. Este último ancora-se na elaboração de Habermas (1987) acerca de três

classificações de interesses do conhecimento, sendo elas os interesses técnico, prático e emancipatório. Enquanto o interesse técnico refere-se a processos de causa e efeito, comumente ligado às ciências da natureza e o emancipatório busca questionar estruturas de poder, frequentemente desenvolvido em áreas como a da psicologia, o interesse prático do estudo foca nas interações e trocas sociais, dentre elas os processos de comunicação. Tal busca pela interpretação de significados sociais compartilhados e construção de sentidos alinha-se ao enfoque delimitado para esta pesquisa.

Por se debruçar sobre um fenômeno recente e ainda pouco aprofundado na produção acadêmica — as práticas de jovens no TikTok em um contexto de desastre —, consideramos o caráter desta pesquisa enquanto exploratório (Gil, 2008). O autor delimita o nível exploratório como uma das três dimensões essenciais da pesquisa social, junto aos níveis descritivo e explicativo. A dimensão exploratória objetiva oferecer uma aproximação a um objeto pouco explorado, utilizando de processos flexíveis e dinâmicos. Em consonância, a elaboração de Prodanov e Freitas (2013, p. 51-52), reforça que a pesquisa exploratória trata da produção de elaborações para descobrir um enfoque novo para determinado assunto. A compreensão de que se trata de uma pesquisa exploratória se deu ao longo das aproximações do nosso material empírico, os vídeos da *trend*. Também é sustentada pela revisão narrativa (Flor *et al.*, 2022) das pesquisas sobre redes sociais e desastres, realizada para expandir a compreensão do cenário das investigações sobre tais temáticas. O resultado desta revisão é detalhado na primeira subseção deste capítulo.

Os meios audiovisuais, como o TikTok, compõem um “amalgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, sequência de cenas e muito mais” (Rose, 2002, p. 343). Tal complexidade é contornada pela delimitação de critérios para realizar a tradução do conteúdo audiovisual, mesmo que saibamos que “nunca haverá uma análise que capte uma verdade única do texto” (Ibid., p. 344). Por tal razão, a transparência das escolhas de transcrição, descrição e codificação do material audiovisual analisado é o guia do método de análise de imagens em movimento proposto pela autora e adotado nesta pesquisa.

A consideração da imagem enquanto meio analisado — seja ela estática ou em movimento — possibilita uma percepção específica dos acontecimentos, dos sujeitos, espaços, entornos e detalhamentos. A centralidade que os meios de comunicação ocupam no mundo social significa que os registros em imagem (em nosso trabalho imagens em

movimento, ou audiovisuais) são “representações, ou traços, de um complexo maior de ações passadas” (Loizos, 2002, p. 138).

Trabalhar com imagens estáticas ou audiovisuais oferece potencialidades expressivas, mas também desafios inerentes — como manipulação, enquadramentos, enfoques e ferramentas de edição (Ibid., p. 139). Para enfrentá-los, construímos um protocolo descritivo no Google Planilhas, organizando sistematicamente os dados do *corpus*²⁷. Neste instrumento, construímos um espaço organizacional que dá conta das seguintes dimensões dos vídeos:

- **Métricas quantitativas:** visualizações, curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos e duração dos vídeos.
- **Elementos textuais:** *hashtags*, legendas e textos sobrepostos.
- **Áudio:** descrição dos sons utilizados e/ou transcrição de narrações/falas.
- **Visual:** planos, movimentos de câmera, ações/gestos, ambientes, objetos e cenários.
- **Práticas da plataforma:** efeitos, filtros e interações (*stitch*/dueto).

Essa estrutura busca a exaustividade descritiva, capturando as múltiplas camadas comunicacionais dos vídeos. Ainda assim, reconhecemos que tal abordagem pode não identificar todas as ferramentas empregadas pelos produtores. A codificação e decodificação de um texto (seja ele audiovisual ou não) é uma representação, a transformação de uma informação de uma linguagem em outra (Bernstein, 1995).

Assim, “processos de traslado não dão origem a simples cópias, mas levam, interativamente, à produção de um novo resultado” (Rose, 2002, p. 344). Em seu método, Diana Rose (2002) propõe cinco etapas: (a) a seleção do material que será analisado, feita a partir de um apanhado mais amplo, e cuja escolha é efetivamente justificada; (b) a transcrição do material que dê conta de “gerar um conjunto de dados que se preste a uma análise cuidadosa e a uma codificação” e cuja escolha da unidade de análise seja explicitada (Ibid., p. 348); (c) o delineamento de um referencial de codificação, fundamentado teoricamente; (d) o estabelecimento de uma mecânica de codificação para interpretar cada unidade de análise (descrição da narrativa, ângulo da câmera, dentre outros elementos); (e) tabulação dos

²⁷ O protocolo de detalhamento do corpus está disponível em: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VU-qY0NKGRAwWhfAuK0DiQf0PjHPS4Bsn42j_ZReMIs/edit?usp=sharing.

resultados, aplicando números a significações em “uma tentativa de semântica quantitativa” (p. 359).

Nos atemos às três primeiras etapas elaboradas pela autora, dado que a sua proposta é construída em cima de um objeto diferente e com indagações próprias. Em nosso processo de manipulação dos dados e delimitação do material a ser analisado, identificamos o nosso próprio processo de codificação. Assim, a primeira etapa é detalhada na subseção de detalhamento do material que será analisado, o que nos levou a construção de um protocolo de detalhamento do *corpus* (ver item 3.1.2), onde damos conta também da etapa de transcrição do material. Por fim, o nosso referencial de codificação é fundamentado na teoria das mediações, com enfoque nas mediações *narrativas* e *tecnicidades*, conforme estabelecemos no aporte teórico da pesquisa. A partir deste aporte, elaboramos um protocolo de análise de dados audiovisuais, apresentados na terceira e última subseção deste capítulo.

3.1.1 Revisão narrativa

Identificamos na revisão narrativa uma oportunidade de exploração das produções relacionadas a combinação dos termos “redes sociais” e “desastres” e “mídias digitais” e “desastres” para identificar discussões realizadas previamente, bibliografias e metodologias utilizadas. Bem como delimitar as contribuições e possíveis lacunas existentes sobre a temática. Além disso, percebemos neste instrumento a vantagem de seleção com maior flexibilidade das contribuições que dialogam de forma mais direta com os objetivos e as temáticas desta pesquisa. Dessa forma, foi possível organizar a revisão de forma dinâmica e conforme as suas contribuições para potencializar a fundamentação teórica. Nosso objetivo com a utilização deste método foi encontrar possíveis diálogos e identificar lacunas no que tange as abordagens direcionadas às práticas cotidianas *com* as plataformas digitais.

Salientamos que não buscamos realizar um levantamento exaustivo das pesquisas, mas sim nos familiarizar com a temática para traçar possíveis caminhos e obter um panorama do que se tem pesquisado de forma geral, mas com especial atenção à área da Comunicação. Por isso, buscamos a combinação das palavras-chave “redes sociais e desastres” e “mídias digitais e desastres” na plataforma brasileira da Rede Scielo e no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (CTDC). Também buscamos por pesquisas nos anais da Associação

Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS). Contudo, na plataforma da COMPÓS encontramos apenas a possibilidade de busca via título e autoria dos trabalhos, não sendo possível filtrar por palavras-chave. Por essa razão optamos pela busca manual, examinando todos os títulos de artigos publicados no período delimitado, visando encontrar diálogos com as temáticas acionadas em nossa pesquisa.

Filtramos a busca pelos 5 anos anteriores (2019-2023) ao início desta dissertação (2024) para melhor compreender o momento atual das discussões. Os resultados de tais buscas demonstraram que, primeiramente, na plataforma Scielo não foram encontrados resultados para a pesquisa referente a ambas combinações de palavras-chave nos anos delimitados. No CTDC, a busca por “mídias digitais” e “desastres”, de forma combinada, apontou para três trabalhos: uma dissertação de mestrado profissional no Programa de Pós-Graduação (PPG) em Ensino de Ciências e Matemática do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo²⁸, uma tese de doutorado em História, na Universidade do Estado de Santa Catarina²⁹ e uma tese de doutorado no PPG em Comunicação e Linguagens, da Universidade Tuiuti do Paraná.

Esta última analisou o circuito de ativação de boatos em redes sociais durante desastres de 2017 em Blumenau (SC). A pesquisa observou o compartilhamento dos boatos em grupos de WhatsApp sobre os desastres na localidade e, posteriormente, conferir o alcance e os efeitos de tais boatos na população via utilização de um questionário online. O enfoque está, então, na desinformação e no combate da mesma nos cenários de desastre e propõe direcionamentos para a elaboração de gerenciamento de crises nas redes sociais.

A busca pelos termos “redes sociais e desastres”, por outro lado, revelou um maior volume de trabalhos no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes. Foram encontrados 39 trabalhos, sendo 25 dissertações de mestrado e 14 teses de doutorado. Ao todo, 29 Programas de Pós-Graduação diferentes se dedicaram à pesquisa sobre redes sociais e desastres no período delimitado. Duas pesquisas vinculadas a PPGs em Comunicação foram publicadas entre 2019 e 2023. Considerando a vasta abordagem das palavras-chave em diferentes áreas do conhecimento como Administração, Comunicação, Desenvolvimento Regional,

²⁸ Ver mais em ‘Educomunicação socioambiental: uma proposta de curso aberto, online e massico (MOOC) para professores de Ciências da Natureza’, de Marina Matera Sanches (2021).

²⁹ Ver mais em “A ética não deveria prescrever”: o desastre da talidomida e a busca por reparação na Espanha’, de Dones Claudio Janz Junior (2022).

Engenharias, Geografia, Sociologia e Psicologia, compreendemos que o termo *redes sociais* presumivelmente possui distintas conceituações e enfoques.

Reconhecemos a importância de compreender os enfoques do termo de forma mais ampla nas diversas áreas do conhecimento. No que diz respeito a esta pesquisa, no entanto, mantemos o nosso interesse voltado às abordagens da área da Comunicação. No que diz respeito à Comunicação encontramos uma dissertação de mestrado no PPG em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo³⁰. A investigação realiza uma análise longitudinal das páginas do Facebook das empresas Samarco, Vale e Fundação Renova. As duas primeiras sendo mineradoras envolvidas em desastres e a última sendo uma entidade lançada pelas próprias empresas para assumir a responsabilidade para com as vítimas dos acontecimentos. Esta análise buscou compreender as narrativas publicizadas pelas empresas em torno do desastre.

O segundo e último trabalho encontrado a partir desta combinação de termos foi a tese de doutorado que também apareceu na busca pelas palavras-chave “mídia e desastre”, conforme explicitamos previamente, onde a análise foi realizada a partir dos boatos ativados em um contexto de desastre. Nos anais da COMPÓS, dois trabalhos foram selecionados a partir da leitura sistemática dos títulos. O primeiro realiza uma análise semiótica para investigar a visibilidade midiática empresarial da empresa Vale, observando as páginas *web* oficiais e as redes sociais da empresa³¹. O segundo artigo compara a cobertura midiática realizada por três tipos de mídias: comercial, alternativa e institucional³². Para isso, utiliza-se da abordagem metodológica da análise de discurso e nota-se nas coberturas o incentivo para que os afetados pelo desastre resistam e lutem pelos seus direitos enquanto cidadãos.

A partir deste levantamento exploratório compreendemos o cenário, as contribuições e possíveis lacunas nas pesquisas sobre redes sociais e desastres na área da Comunicação. O panorama propiciado pela revisão narrativa indica que há um espaço pouco explorado no que tange indagações sobre as práticas dos sujeitos com as plataformas de comunicação em contextos de desastre. Com exceção da pesquisa de Cardoso (2019), sobre a produção e o compartilhamento de boatos em meio a estes acontecimentos. Além disso, notamos também

³⁰ Ver mais em ‘Desastre da Samarco no Rio Doce: análise longitudinal do comportamento das páginas da Samarco, Vale e Fundação Renova no Facebook’, de Ricardo Aiolfi Barone (2019).

³¹ Ver mais em ‘BRUMADINHO (MG): análise sociosemiótica de uma reincidência criminosa’, de Eduardo Brandão Ornelas (2021).

³² Ver mais em ‘PROCESSOS COMUNICACIONAIS DOS ATINGIDOS POR BARRAGENS: histórias de lutas e resistências.’, de Claudiane Aparecida de Sousa e Alberto Efendy Maldonado Gómez de La Torre (2021).

um lapso no olhar centrado nas práticas culturais e comunicacionais dos jovens em tais contextos, já que os enfoques se deram em maior frequência nas análises dos processos e estratégias institucionais, com uma maior inferência em pesquisas voltadas à comunicação organizacional e estudos de jornalismo.

Por essa razão, dentre as contribuições propostas por esta pesquisa, destacamos o foco nas práticas dos sujeitos afetados por desastres nas redes sociais, especialmente no TikTok. Embora as práticas cotidianas com tecnologias sejam tema consolidado nos estudos culturais latino-americanos, identificamos oportunidades inéditas nas perspectivas reveladas por esta investigação. Primeiramente, as práticas de jovens no TikTok em contextos de desastre representam um enfoque emergente na Comunicação, exigindo aproximações iniciais para mapear suas articulações específicas. Ademais, nos debruçamos sobre uma rede social até certo ponto nova, principalmente enquanto mídia estudada. Na sequência detalhamos os desafios e as soluções construídas para dar conta do objeto empírico e da mídia escolhida para esta investigação.

3.1.2 Delimitação do *corpus* e protocolo de sistematização de dados

Peço licença para o uso da primeira pessoa do singular neste primeiro momento, mas considero pertinente me situar enquanto pesquisadora desta dissertação para elaborar o processo de aproximação do objeto estudado, bem como as escolhas metodológicas realizadas. Sou gaúcha natural de Santa Maria — cidade do interior do estado — e resido em Porto Alegre desde o início de 2024, tendo vivenciado as históricas enchentes que experienciaram o Rio Grande do Sul com certa proximidade. Mesmo não tendo sido atingida diretamente, é indiscutível os impactos incalculáveis consequentes de tal acontecimento. Assim, compreendo a pesquisa “como processo interativo composto a partir da história pessoal do pesquisador, de seu gênero, de sua classe e raça, portanto, nela estão inscritas relações de poder e as implicações políticas de seus resultados” (Risk e Santos, 2021, p. 4).

Portanto, desde o início deste trabalho, por meio da sociologia dos desastres (Valencio, 2013), pontuamos que não acatamos com as compreensões de que os desastres afetam a todos de forma igual. Se não existe igualdade no acesso aos bens materiais e culturais, então não há como ter equiparação da devastação causada por esses

acontecimentos. Milhares de pessoas ficaram sem casa e estudantes desta mesma instituição tiveram que abandonar os estudos por perderem os seus lares e não terem mais transporte até a universidade. Falamos aqui de vidas afetadas permanentemente e de centenas de causalidades que poderiam ter sido evitadas.

Dessa forma, em diálogo com a minha orientadora, iniciei os questionamentos sobre como contemplar as enchentes na minha pesquisa. Notamos a iminência de abordar o desastre em diálogo com a comunicação ao observar movimentações, organizações e ritmos disruptivos dentre o caos. Foi assim que uma *trend* que repercutiu nas redes sociais chamou a nossa atenção: os *Recebidos da Enchente*. Como também sou uma usuária do TikTok, os vídeos foram recomendados para mim de forma orgânica, a partir dos algoritmos de recomendação da minha conta pessoal no TikTok, e despertaram os questionamentos iniciais.

Agora, retorno à primeira pessoa do plural, pois compreendo que *nós*, orientadora e mestrandas, articulamos juntas esta pesquisa. Apresentamos, neste momento, um panorama geral da *trend Recebidos da Enchente* no TikTok, reservando análises detalhadas aos vídeos selecionados. Os participantes exibem itens recebidos em doações após as enchentes, adotando formatos variados: filmagens diretas dos produtos, demonstrações usando ou vestindo os itens, apresentações de doações coletadas por familiares ou círculos sociais. Muitos registram, via falas, textos sobrepostos ou legendas, a surpresa com itens superiores aos que possuíam antes do desastre. Outros enfatizam estarem “bem vestidos” apesar da tragédia, graças às doações.

Esta manifestação foi identificada pela autora deste trabalho em sua própria conta no TikTok, enquanto fazia os seus usos cotidianos da rede social e recebeu na sua *For You* a recomendação de um vídeo da *trend*. A inventividade da *trend* em meio a um contexto tão adverso incitou questionamentos iniciais que foram explorados, elaborados e consolidados ao longo desta pesquisa. Inicialmente observei indicativos de valorização dos objetos recebidos pelos jovens através das doações e o acionamento a sentidos de acesso ao consumo, seja ele material ou simbólico. Igualmente me chamou a atenção as práticas de construção das narrativas dos *Recebidos da Enchente*, que indicavam competências culturais e técnicas elaboradas e atravessadas por outros conteúdos e tendências do ambiente digital. Assim, a construção teórico-metodológica desta pesquisa foi fundamentada pelas indagações iniciais, bem como maiores questionamentos articulados no decorrer do olhar para o objeto, da leitura do aporte teórico e da aplicação dos instrumentos delimitados.

Buscamos na rede social TikTok as palavras-chave “recebidos da enchente” e identificamos que o primeiro vídeo foi publicado no dia 10 de maio e o último no dia 28 de junho de 2024. Neste recorte temporal foram coletados e armazenados 55 vídeos. Nossa última busca foi realizada no dia 08 de agosto de 2024, quando concluímos que novos vídeos não haviam sido publicados na *trend* há alguns dias. As últimas buscas por novos vídeos, inclusive, revelaram que alguns dos vídeos anteriormente publicados haviam sido removidos. Como explicamos anteriormente, o TikTok possui lógicas de banimento de vídeos de forma arbitrária, sem maiores explicações ou justificativas. No entanto, reconhecemos que os vídeos também podem ter sido excluídos pelos próprios usuários.

No que diz respeito à ordenação etária dos cidadãos, compreendemos que essa é arbitrária. Mesmo de um mesmo contexto geográfico e legislativo existem discrepâncias e motivações ideológicas na compreensão de quem é jovem em processo de formação de caráter e quem é adulto e responsável pelas suas ações. Um exemplo, trazido anteriormente, é da experiência racializada de parte da população: jovens negros são o maior número de vítimas de assassinatos policiais. Por isso, salienta-se a importância de um olhar interseccional para esses sujeitos (Carrera, 2021).

Portanto, fazemos coro à compreensão de Martín-Barbero (1997, 1998), que olha para o sujeito juvenil não determinado pela idade, mas “a muitos outros fatores vinculados ao contexto sociocultural, tratado no plano de uma teoria dos atores sociais e da cultura” (Jacks; Schmitz, 2017). Bem como Rossana Reguillo, que salienta que

por meio desses processos, a 'idade' adquire uma densidade que não se limita à referência biológica e que assume valências distintas não apenas entre sociedades, mas também dentro de uma mesma sociedade, estabelecendo diferenças principalmente a partir dos lugares sociais que os jovens ocupam na sociedade. A idade, embora seja uma referência importante, não é uma categoria 'fechada' e transparente (Reguillo, 2000, p. 26, tradução nossa).

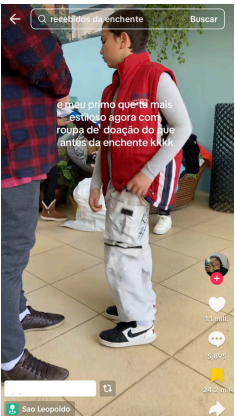
No sentido metodológico, optamos por não adotar a idade como marcador definidor da categoria juventude em nossa análise de vídeos no TikTok, uma vez que essa informação não pode ser verificada de forma confiável a partir dos dados audiovisuais disponíveis — como a aparência corporal, gestual ou estética performada pelos criadores de conteúdo. A aparência, por si só, é suscetível às mesmas manipulações sociais destacadas por Bourdieu

(2003), influenciada por campos como a moda, a cultura digital e os filtros das plataformas, que frequentemente rejuvenescem ou envelhecem percepções de forma intencional.

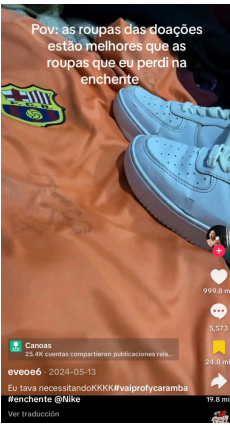



Assim, delimitamos a juventude por critérios contextuais e performativos: a inserção em dinâmicas socioculturais juvenis (como tendências de humor, desafios virais e linguagens de resistência ou pertencimento típicas das culturas digitais jovens), alinhando-nos à perspectiva de Jesús Martín-Barbero e Rossana Reguillo. Essa escolha evita reducionismos biológicos e privilegia uma abordagem interseccional, capturando os “lugares sociais” ocupados pelos atores no TikTok, sem impor uma ordenação etária arbitrária aos dados empíricos.

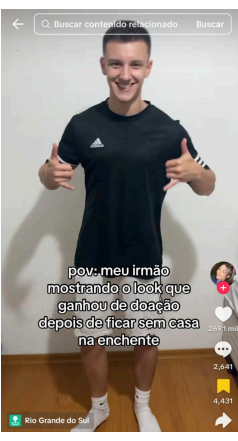


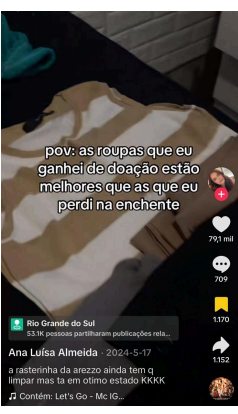
Portanto, para constituição do *corpus* desta pesquisa optamos pela delimitação dos 10 vídeos mais visualizados da *trend* por critérios de relevância e impacto: eles representam as produções com maior alcance na plataforma, influenciando padrões de circulação e recepção. Essa delimitação assegura replicabilidade (via métrica objetiva de visualizações) e viabilidade analítica em uma pesquisa exploratória qualitativa (Flick, 2013). Disponibilizamos os vídeos selecionados para compor o corpus na nuvem do Google Drive³³ para que os leitores deste trabalho possam conferi-los na íntegra.


Quadro 1 — Delimitação dos vídeos analisados

Vídeo	Conteúdo	Texto no vídeo	Legenda	Visualizações	Comentários
A		e meu primo que tá mais estiloso agora com roupa de doação do que antes da enchente kkkk	pega o drip do mlk kkkkkkkkkk	7.1 milhões	5.892

³³ Vídeos selecionados para análise:
<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1iNgZOm0rpvhD2PTueDFuyBdp9sMORUgC>.

B		Pov: as roupas das doações estão melhores que as roupas que eu perdi na enchente	Eu tava necessitandoKKKK#v aiprofycaramba #enchente @Nike	5.9 milhões	5.571
C		Roupas que ganhei da doação	RS é nois 🤔 valeu Ulbra 💖 🤔 #reels	4.5 milhões	5.890
D		perdi a casa mas não perdi o kit obg pela doação SP 🙏🙏	frio eu n passo ❤️ rs 🤔 sp #fyp #riograndedosul #foryou #sp #enchente	3.8 milhões	4.076
E		Pov: doações de calçado que ganhei depois da enchente ta melhor que os meus	Sem legenda	2.4 milhões	873

F	 <p>Buscar conteúdo relacionado</p> <p>pov: meu irmão mostrando o look que ganhou de doação depois de ficar sem casa na enchente</p> <p>2,641</p> <p>4,431</p> <p>Rio Grande do Sul</p>	pov: meu irmão mostrando o look que ganhou de doação depois de ficar sem casa na enchente	é mole esse cara	2 milhões	2.641
G	 <p>montando um look com roupas das doações</p> <p>CK Paiparda</p> <p>1 mês atrás</p> <p>após a enchente na minha cidade</p> <p>Ver tradução</p> <p>233</p>	montando um look com roupas das doações	day 1 montando looks com roupas que recebi após a enchente na minha cidade	1.2 milhão	89
H	 <p>Recebidos da enchente RS SOS Maquie-se comigo</p> <p>Definitivamente</p> <p>Téfi Robert</p> <p>Recebidos de inundación de RS SOS #orgulhoemsergaúcha #riograndedossul</p> <p>945</p>	Recebidos da enchente RS SOS Maquie-se comigo	Recebidos da enchente RS SOS #orgulhoemsergaúcha #riograndedossul #doeparaoriograndedossul #sosriograndedossul #recomecodevida #maquiagemtiktok	1.1 milhão	378
I	 <p>pov: as roupas que eu ganhei de doação estão melhores que as que eu perdi na enchente</p> <p>791 mil</p> <p>709</p> <p>1,170</p> <p>1,152</p> <p>Rio Grande do Sul</p> <p>534 pessoas compartilharam publicações desta...</p> <p>Ana Luísa Almeida · 2024-5-17</p> <p>a rasteirinha da arezzo ainda tem q limpar mas ta em otimo estado KKKK</p> <p>Contém: Let's Go - Mc IG...</p>	pov: as roupas que eu ganhei de doação estão melhores que as que eu perdi na enchente	a rasteirinha da arezzo ainda tem q limpar mas ta em otimo estado KKKK	912 mil	709

J		hoje nós do sul anda muito estiloso obg SP só doação zika	Sp deixando fort 🍷 #riograndedosul #enchente #fyp #sp	445.8 mil	489
---	---	--	---	-----------	-----

Fonte: elaborado pela autora.

Embora reconheçamos a riqueza dos comentários, optamos por concentrar a análise nos vídeos para priorizar as práticas comunicacionais dos produtores. A volumosa escala dos comentários (dezenas de milhares) demonstra a dimensão da *trend* no espaço do TikTok e a ampla interação gerada. Dados esses de grande interesse para a expansão analítica em estudos futuros, após a consolidação do foco nas práticas dos sujeitos-criadores dos vídeos a partir dos seus conteúdos.

Delimitamos a análise aos vídeos e seus elementos associados (legendas, textos sobrepostos, *hashtags*, narrações e áudios), pois é na combinação das competências técnicas e culturais que os jovens constroem os seus significados dentro da plataforma. A dinamicidade do TikTok — com vídeos curtos e edições criativas — desafia e, ao mesmo tempo, potencializa a expressividade dos usuários. Essa complexidade audiovisual (incluindo efeitos visuais e edições) exige uma abordagem metodológica que capture integralmente seus múltiplos sentidos. Neste sentido, passamos para o detalhamento do protocolo de análise de dados fundamentado na teoria das mediações.

3.1.3 As mediações em prática: protocolo de análise de dados

Vimos estabelecendo os desafios, as complexidades e as potencialidades do objeto de pesquisa ao longo de toda a dissertação. No decorrer das reflexões epistemológicas, percebemos que as mediações delimitadas para dar conta dos nossos questionamentos dialogam entre si em diversos momentos das práticas estabelecidas pelos sujeitos na *trend*.

Ecoando, assim, a proposta de Jesús Martín-Barbero, ao articular as tecnicidades e as narrativas no Mapa das Mutações Culturais e Comunicativas Contemporâneas (2017). Portanto, “os recursos técnicos não remetem apenas aos formatos industriais, mas também a outros modos de narrar” (Silva; Baseio, 2019, p. 174, tradução nossa³⁴).

As tecnicidades e as narrativas atuam mutuamente na constituição das estratégias comunicacionais dos jovens. Esta dialeticidade é reiterada por meio das tecnologias de comunicação digital, pois “as tecnologias desempenham um papel fundamental na organização do campo da cultura. Tal compreensão permite a valorização do fluxo comunicacional e o descentra” (Ibid., p. 175, tradução nossa³⁵). Buscando abarcar tal fluxo e integrar as mediações de forma dialética, desenvolvemos um protocolo de análise de dados que reconheça, primeiramente, que as mediações operacionalizadas atuam como um guarda-chuva. Isto é, abarcam os elementos de análise de forma fluida e não hierárquica. Isso significa que, apesar da organização visualmente vertical, nós não estabelecemos maior ou menor importância a quaisquer componentes detalhados no Quadro 2.

Assim, as tecnicidades e as narrativas ocupam uma posição de guias analíticos que conduzem as perguntas elaboradas e os diálogos estabelecidos não de forma encerrada em si. A construção do protocolo reforça, aliás, que outras mediações podem ser alocadas em seu escopo e diferentes elementos possuem espaço de articulação, a depender do objeto e das perguntas feitas por quem vier a conduzir pesquisas inspiradas em tal instrumento. Essa conclusão nos parece coerente a partir do desenvolvimento dos estudos que estabelecemos sobre a teoria das mediações. Ao longo de sua vida, Jesús Martín-Barbero desenvolveu inúmeros exercícios cartográficos que resultaram em diferentes mapas. Salientou, então, que um mapa não sobrepõe o outro, mas atuam de forma complementar e são um espelhamento dos contextos nos quais foram concebidos.

A mediação é, portanto, “uma noção movente, que acompanha permanentemente as transformações da sociedade e especificamente as da comunicação” (Lopes, 2018, p. 15). Neste sentido, estabelecemos um protocolo que articule os sentidos propiciados pelas mediações estabelecidas em um objeto audiovisual e todas as especificidades que ele institui:

³⁴ los recursos técnicos no remiten sólo a los formatos industriales, sino también a otros modos de narrar.

³⁵ como una mediación estructural y no sólo instrumental. [...] las tecnologías han desempeñado un papel fundamental en la organización del campo de la cultura. Tal entendimiento permite la valorización del flujo comunicacional y lo descentra.

Quadro 2 — De análise de dados

Tecnicidades e Narrativas	<p>A) Competências técnicas e culturais no TikTok:</p> <p>1. Uso de ferramentas, sons e recursos sonoros: uso de legendas, textos nos vídeos, filtros, efeitos especiais, stickers.</p> <p>2. Criatividade na plataforma: remixagens, duetos, stiches, transversalidade no uso de mais de uma ferramenta. Transversalidade nos usos das ferramentas.</p> <p>3. Estratégias de visibilidade: <i>hashtags</i>, tempo de duração dos vídeos, áudios virais.</p> <p>4. Referências culturais: <i>trends</i>, expressões (gírias), repertórios culturais locais e globais. Se acionam elementos regionais ou de outras localidades.</p>
	<p>B) Elementos discursivos, visuais e de performance:</p> <p>1. Construção discursiva, visual e de performance: formatos, ângulos, cenários, objetos, pessoas e elementos presentes no vídeo. Comportamentos, gestos e formas de expressão verbal e não verbal.</p> <p>2. Produção de sentidos e temáticas acionadas: sobre a experiência e as especificidades do desastre em conteúdo (humor, denúncia, relatos pessoais, perdas, resiliência, solidariedade, entretenimento, ironia, cotidiano interrompido, etc.)</p> <p>3. Construção coletiva de sentidos: repetição de formatos, falas e práticas, apropriação criativa de templates.</p>

Fonte: elaborado pela autora.

Dividimos os elementos de análise em duas categorias: A) Competências técnicas e culturais no TikTok (tecnicidades) e B) Elementos discursivos, visuais e de performance (narrativas). Delimitadas as duas mediações do eixo analítico, estabelecemos um exercício de análise com os vídeos da *trend* para compreender quais categorizações poderiam capturar a fundo as camadas comunicacionais ativadas.

Portanto, o eixo A busca abarcar o estabelecimento da mediação da tecnicidade na prática: olhar para as ferramentas do TikTok e as suas *affordances* em reciprocidade com as formas de uso que se faz das mesmas. Para isso, dividimos o eixo em quatro esferas analíticas: i) uso de ferramentas, sons e recursos sonoros; ii) criatividade na plataforma; iii) estratégias de visibilidade; iv) referências culturais. Desdobrando, assim, as suas características no uso efetivo que foi feito — ou não — pelos jovens, em uma investida pela identificação das possibilidades significativas que cada instrumento proporciona ao usuário e vice-versa.

No que tange a criatividade, buscamos detalhar se e quando ocorre o acionamento das demais ferramentas da plataforma, demonstrando possíveis transversalidades nos seus usos, com a combinação de mais de uma ferramenta simultaneamente. Isso evidencia as destrezas (*techné*) dos jovens, que não apenas consomem, mas reconfiguram *affordances* do TikTok em narrativas híbridas, alinhando-se à recusa barberiana da tecnologia como mero instrumento (Lopes, 2018). As estratégias de visibilidade capturam *hashtags*, duração otimizada, áudios virais e outras práticas que impulsionam o fluxo comunicacional e negociam ritmos cotidianos com lógicas algorítmicas — um exemplo de tecnicidades desencadeando narrativas (Silva; Baseio, 2019). As referências culturais procuram elaborar os referenciais e as articulações criativas dos jovens. Isto é, identificamos *trends* transnacionais (ex.: “*get ready with me*” ou, “arrume-se comigo” de influenciadores globais) e repertórios locais e globais. Isso hibridiza matrizes culturais com formatos industriais (Martín-Barbero, 1987).

O eixo B compreende o nosso diálogo com as narrativas e a compreensão de que, para abarcar essa mediação, precisaríamos dar conta dos sentidos e das temáticas estabelecidas nos vídeos produzidos. Sejam elas acerca das enchentes ou sobre tramas diversas acionadas. Por se tratar de conteúdos audiovisuais, os elementos visuais, discursivos e de performance atuam diretamente na produção de sentidos e na construção das suas respectivas narrativas. Delimitamos as performances a partir da noção de Schechner (2013), que as compreende enquanto ações. Reconhecemos a posição dos estudos da performance em não delimitar uma definição estanque, pois “estudos de performance não estimam a ‘pureza’. Eles funcionam melhor quando operam em meio a uma rede densa de conexões” (Schechner, 2002, p. 19, tradução nossa³⁶).

Aplicando a performance ao cotidiano, Goffman (2002) confere que o contexto das interações sociais implica em uma sucessão de performances encenadas diante de audiências reais ou imaginadas. Para o autor, estamos sempre em situação de performance, quando em frente ao(s) outro(s). No TikTok, a entrega dos vídeos pela plataforma para outros usuários amplifica a ideia de um “palco digital”. Os usuários ajustam gestos, cenários, enquadramentos, expressões e abordagens do desastre aos formatos da plataforma e à possibilidade de uma audiência idealizada. Não de forma limitada a apenas reproduzir padrões, mas também a adicionar as suas próprias inferências aos conteúdos e padrões deste espaço digital e, por vezes, mediar as duas possibilidades.

³⁶ Performance studies resists fixed definition. Performance studies does not value “purity”. It is at its best when operating amidst a dense web of connections.

Nas produções e interações em plataformas digitais, essas performances são cuidadosamente preparadas, ajustadas e avaliadas em função das expectativas do público e das linguagens técnicas e simbólicas da plataforma. Assim, “os modos de representação de si na *web*, tanto de produtoras(es) quanto de usuários, são construídos a partir do estímulo a auto exibição, que também pode ser entendida como performance” (Carrijo; Satler, 2019, p. 308). Neste sentido, nos atentamos aos comportamentos físicos, gestos, expressões verbais, bem como formatos dos vídeos para identificar os modos de performance na *trend Recebidos da Enchente*.

A produção de sentidos e temáticas acionadas abrange as significações identificadas a partir dos conteúdos, analisando como os jovens estabelecem relações com as enchentes e seu contexto particular de ocorrência. Esse enfoque revela como o acontecimento específico moldou as construções narrativas dos *Recebidos da Enchente*. Tais conteúdos não emergiriam da mesma forma em outro contexto, logo, mapear a influência desse acontecimento específico é indispensável ao processo analítico. Por fim, a construção coletiva de sentidos observa repetições de formatos, falas e práticas, via apropriação criativa das *affordances*, identificando o processo coletivo de efetivação da *trend* tal como ela é.

Disponibilizamos a análise dos três primeiros vídeos do *corpus* nos apêndices, a título de exemplificação do exercício analítico realizado. Reforçando a concepção barberiana dos mapas como uma noção movente (Lopes, 2018, p. 15), reiteramos que o protocolo não é exaustivo, mas adaptável: pesquisadoras(es) podem adicionar itens sem hierarquias rígidas, preservando o entre-lugar das mediações e adequando o instrumento para os seus respectivos objetos de pesquisa.

4 OS RECEBIDOS DA ENCHENTE

Neste capítulo, passamos à aplicação prática do protocolo de análise de dados elaborado para este estudo, operacionalizando suas categorias e eixos analíticos diretamente com os vídeos que constituem o *corpus* empírico da *trend Recebidos da Enchente*. Essa etapa concretiza o instrumental teórico-metodológico desenvolvido anteriormente, permitindo uma articulação sistemática entre as dimensões propostas pelo protocolo de análise de dados e os conteúdos audiovisuais.

Principiamos com a análise detalhada das métricas quantitativas dos vídeos (visualizações, curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos). Esses indicadores não apenas quantificam o alcance e o impacto da *trend* na plataforma TikTok, mas também revelam padrões diferenciados de engajamento: formas indiretas, como visualizações, e formas ativas, como *likes*, comentários, salvamentos e compartilhamentos, que evidenciam interações deliberadas. Ao discutir esses dados, buscamos evidenciar como os algoritmos de recomendação, juntamente às ações ativas dos usuários, sustentam a viralidade coletiva.

Em seguida, aprofundamos a investigação em dimensões qualitativas, articulando outras *affordances* da plataforma identificadas nos vídeos, abrangendo: duração temporal dos conteúdos, seleção e uso de áudios, músicas ou sons da biblioteca do TikTok, transcrições completas das narrações orais, formatos visuais adotados (como transições, enquadramentos e composições de imagem), aplicação de efeitos e filtros, e interações com outros vídeos e temáticas presentes na plataforma, tais como duetos, *stitches* ou respostas a outros vídeos. Esses elementos, analisados em sua interseção, não são meros acessórios técnicos: eles demonstram, de forma integrada, as mediações técnicas e narrativas nos vídeos, ou seja, os processos através dos quais os sentidos são tecidos. Revelando as *affordances* da plataforma como co-autoras das expressões juvenis em cenários de desastre.

Iniciamos, então, as análises detalhando informações e características dos vídeos do *corpus*. Conforme o protocolo de detalhamento previamente estabelecido, abrangemos componentes como métricas quantitativas, elementos textuais, perfis dos produtores, áudio, elementos visuais e práticas da plataforma — garantindo um translado acurado dos conteúdos audiovisuais (Rose, 2002). Dessa forma, registramos que os vídeos variam de 7.1 milhões a 445.8 mil visualizações³⁷, sendo os dois últimos os únicos que ainda não haviam alcançado a

³⁷ Dados de visualização referentes à última consulta, realizada em julho de 2025.

métrica de 1 milhão de visualizações até a última consulta realizada acerca dos dez mais visualizados da *trend*. O número de curtidas do vídeo mais curtido é de 1.1 milhão de *likes* (vídeo A), enquanto o vídeo menos curtido possui 44.7 mil (vídeo J).

Os comentários possuem uma variação não linear em seu número. O vídeo mais assistido é, de fato, o que recebeu mais respostas (vídeo A, com 5.892 comentários), mas o conteúdo com menos visualizações (vídeo J) não foi o que recebeu menos, com 478. Identificamos que o vídeo G obteve o menor número de comentários, com 89 até o momento de consulta destes dados, mesmo carregando a marca de 1.2 milhão de visualizações e 124,2 mil curtidas. O vídeo C destaca-se com 30,6 mil salvamentos e 71,7 mil compartilhamentos — os maiores índices do *corpus*. Essa métrica varia drasticamente entre os vídeos, atingindo mínimas de 147 salvamentos e 189 compartilhamentos no vídeo J. Esses dados revelam não só o alcance da *trend*, mas o papel central dos usuários na sua disseminação. As interações entre os usuários nas mídias digitais são nucleares para a constituição do ciberespaço tal qual ele é na atualidade. Se não fossem as decisões dos usuários de interagirem com os vídeos de *Recebidos da Enchente*, de forma deliberada, eles não obteriam o alcance conquistado.

Neste sentido, a cultura participativa (Jenkins, 2009) nos auxilia a refletir as métricas como construídas coletivamente. Sem as decisões autônomas dos usuários — assistir até o final, curtir, comentar, salvar ou compartilhar —, os vídeos de *Recebidos da Enchente* não alcançariam tal abrangência. O compartilhamento dos vídeos, inclusive, constitui a possibilidade de enviar os vídeos para outras pessoas e/ou publicá-los em outras redes sociais. São possibilidades de participação direta dos usuários na produção e disseminação de práticas culturais nas mídias digitais. Dessa forma, “os receptores também mediam, em instâncias múltiplas, o produto” (Martín-Barbero, 2004, p. 212) e esse é o caso analisado na plataforma do Tik Tok.


4.1 COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E CULTURAIS NO TIKTOK

Neste subcapítulo, investigamos os elementos técnicos e culturais do TikTok em diálogo com as mediações das tecnicidades. Conforme o protocolo de análise, focamos em quatro dimensões interligadas: uso de ferramentas como legendas, textos nos vídeos, filtros, efeitos especiais e stickers e de recursos sonoros, incluindo sons virais, músicas de fundo e

áudios originais; criatividade na plataforma via menção ou reciclagem de *trends* e formatos populares; estratégias de visibilidade e referências culturais;

4.1.1 Uso de ferramentas

Nos vídeos analisados, os jovens priorizam ferramentas básicas do TikTok para garantir compatibilidade e viralidade, alinhando-se ao formato originário da plataforma — vídeos curtos e dinâmicos, em detrimento de fotos estáticas³⁸. Contudo, percebemos variações criativas em enquadramentos, durações e edições, que conferem singularidade a cada produção (detalharemos a criatividade adiante).

São adicionados textos nos vídeos em todos os casos, criando diálogo multimodal entre audiovisual e escrita. Eles complementam e ampliam os sentidos do vídeo: em alguns, sem o texto, a conexão com as enchentes perderia a efetividade. Nos vídeos B e E, por exemplo, o *close-up* dos itens recebidos ganha significado principalmente pelo texto sobreposto, que visibiliza as doações relacionadas ao desastre. Apenas um omite legenda, mas a maioria a usa para explicitar o desastre ou reforçar sentidos escritos: ‘pega o drip do mlk kkkkkkkkkk’; ‘Roupas que ganhei da doação’; ‘Recebidos da enchente RS Maquie-se comigo’. As *hashtags* foram utilizadas em seis dos dez vídeos e apresentam dimensões expressivas de estratégias de visibilidade que desenvolvemos a seguir. Nove dos dez vídeos inserem músicas da biblioteca de áudio do TikTok enquanto um é narrado pela usuária-produtora.

Cortes são o efeito dominante nos seus usos. Esta ação sempre aparece como um efeito de transição entre diferentes filmagens (ex.: trocas de roupas no vídeo C; itens mostrados de forma sequencial no E). Além dos cortes, também se percebeu a utilização do *loop* de vídeos curtos — de 1 a 2 segundos, aproximadamente, fazendo a repetição destes estender a duração dos vídeos. Todos os vídeos são originais, não partindo de duetos com outros criadores ou de *stitches* com demais conteúdos da plataforma.

Compreendemos que as lógicas de produção (estratégias industriais/algóritmicas hegemônicas do TikTok) dialogam constantemente com as competências de uso (destrezas

³⁸ Em 2022, o TikTok passou a permitir o compartilhamento de fotos também, para além do formato em vídeos. Contudo, o seu surgimento enquanto plataforma de vídeos consolidou a plataforma enquanto primariamente um veículo de compartilhamento de vídeos, sobretudo vídeos curtos.

criativas dos jovens gaúchos) para configurar os vídeos da *trend Recebidos da Enchente*. Os usuários articulam o seu uso das ferramentas existentes de acordo com o que faz sentido para as suas próprias intencionalidades narrativas, expressando a mediação das tecnicidades (Martín-Barbero, 2017). A seguir, desenvolvemos este argumento a partir da noção de criatividade na plataforma.

O uso de sons e recursos sonoros revela habilidades que dialogam com as noções de estratégias de comunicabilidade e de visibilidade. A primeira diz respeito à articulação sonora como integrante da narrativa dos vídeos, sendo complementar para os sentidos construídos pelos jovens. A segunda faz referência às potencialidades de impulsionamento via áudios virais da biblioteca do TikTok. Portanto, buscamos detalhar as formas de utilização dos recursos sonoros partindo das duas estratégias delimitadas. Apesar de destacarmos esta prática no eixo das tecnicidades, reconhecemos tais enquanto igualmente fundamentais para as narrativas e estabelecemos um diálogo contínuo sobre as ferramentas, estratégias e práticas dos jovens em ambos os eixos. Afinal, é a complementaridade das tecnicidades e narrativas que buscamos reiterar a partir da *trend*.

Dos 10 vídeos analisados, 7 optam por músicas virais do gênero funk. Inclusive, articula-se a versão funk de músicas do gênero MPB (vídeo G) com o *remix*³⁹ de Morena Tropicana, de Alceu Valença. Dos vídeos que inserem músicas, apenas o C não utiliza de um funk, articulando a música de gênero *house music*, ‘How Deep is Your Love’, de autoria do DJ escocês Calvin Harris. Um vídeo é narrado pela criadora, tendo assim uma fala direta sobre o seu conteúdo e contexto. Notamos, portanto, que com exceção dos vídeos C e H, todos os vídeos que articulam músicas acionam produções brasileiras, fortalecendo os sentidos de identidade nacional.

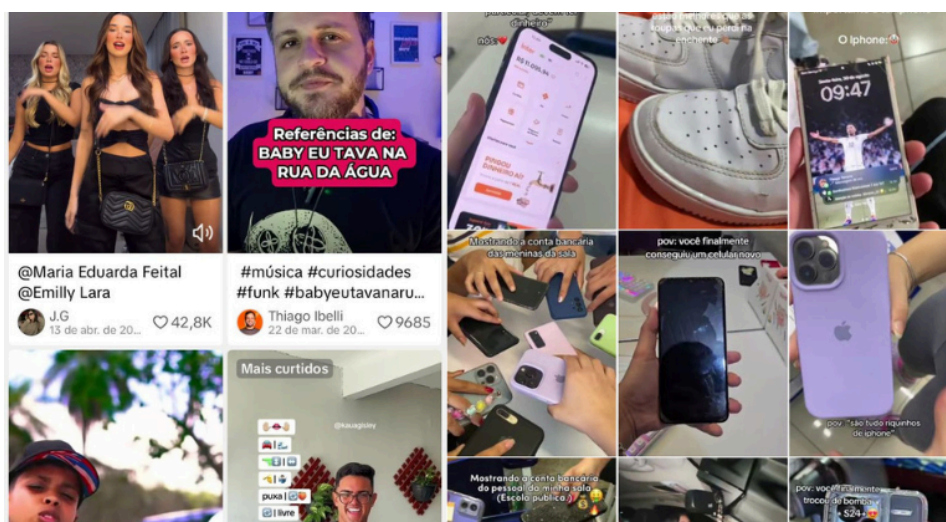
As escolhas sonoras evidenciam que a ferramenta de sons contribui para as construções narrativas dos produtores, pois constituem elementos centrais para que o produto final dos vídeos possua a efetividade semântica alcançada. Destacamos, portanto, o vídeo A, que insere a música ‘Baby eu tava na rua da água’, do DJ Davi Kneip, cujo trecho específico veiculado é “baby eu tava na rua da água, de glock, de radin, cê me avistou do nada. Chegou com os papinhos”. Há aqui uma articulação humorística do vídeo com a música, fazendo alusão a estar nas localidades atingidas pela enchente. A escolha por esta música constrói

³⁹ Remix, ou remixagem, é a técnica de pegar uma obra existente — música, vídeo ou arte — e modificá-la para criar algo novo. Disponível em: <https://escolascritativas.org/glossary/remix/>.

uma camada de ressignificação cultural, pois dentro da plataforma ela é utilizada para vídeos de coreografias (Figura 2).

Os vídeos B e J utilizam da mesma música: LET'S GO 2, do MC IG, com participação de DJ GBR, MC Ryan SP, MC Hariel, MC Marks, MC Don Juan, MC PH, MC Kadu e MC Luki. A parte da canção presente no vídeo é “jovens milionários, é os moleque empresário que veio da favela. Sem adversário, chega até a ser hilário, então acende aquela vela”. A escolha por uma música sobre ascensão social, enriquecimento e itens de luxo, simboliza a ironia de obter itens de marca e de estética desejada após a perda de pertences pessoais nas enchentes. Constroi, também, uma ação de ressignificação cultural partindo de um som utilizado também por outros usuários da plataforma fora do contexto das enchentes, para mostrar itens de luxo (Figura 2).

Figura 2 — Vídeos que utilizam das músicas virais articuladas na *trend*



Fonte: Elaborado pela autora⁴⁰.

Concomitante às estratégias comunicacionais possibilitadas via uso de áudios e músicas, estes atuam enquanto impulsionadores de vídeos na plataforma. Conforme desenvolvemos nas discussões sobre o TikTok, a sua biblioteca de áudios é navegável, o que torna acessível a busca por sons específicos e a viralização destes. Isso constitui uma das características do funcionamento algorítmico da plataforma, pois áudios considerados “em

⁴⁰ Reiteramos que a organização via algoritmos de recomendação do TikTok resulta em diferentes vídeos recomendados para diferentes usuários, mesmo realizando a mesma busca na barra de pesquisa.

alta” (virais), podem impulsionar os vídeos no TikTok devido à grande procura e utilização que recebem. Neste sentido, a escolha sonora é uma prática que evidencia o domínio consciente da mediação das técnicas vinculadas aos algoritmos, bem como das estratégias narrativas. Assim, as lógicas sonoras dos jovens da *trend* delimitam uma preocupação com estes dois eixos. Mesmo no caso da utilização de sons virais já utilizados com outros formatos, aqui os usos se articulam a partir das referências e especificidades de quem foi atingido pelas enchentes, adquirindo novos sentidos contextualizados pelo desastre.

4.1.2 Criatividade na plataforma

Delimitadas as ferramentas utilizadas pelos jovens, compreendemos que os seus usos objetivos se entrelaçam com as dimensões criativas. Assim, o enfoque sobre criatividade na plataforma busca evidenciar os agenciamentos que os jovens fazem *com as affordances* disponíveis no TikTok. A construção das suas narrativas se deu justamente pelo acionamento de diferentes ferramentas de forma simultânea, muitas vezes de forma a dialogar uma com a outra e a complementar o sentido dos vídeos através das legendas, *hashtags* e músicas utilizadas.

Dessa forma, articulamos a transversalidade de uso de tais ferramentas, evidenciando diferentes articulações que atribuem significados específicos aos conteúdos por estarem inseridas em tal contexto. Em Michel de Certeau (1998, p. 39, grifo no original) compreendemos a importância de delimitar “o que o consumidor cultural *‘fabrica’*”. Portanto, nos parágrafos anteriores, desenvolvemos a descrição e análise das ferramentas utilizadas para preparar o terreno para a investigação do que se é feito a partir delas. Reconhecemos a existência de estruturas impostas (econômicas, técnicas, culturais), porém, partimos da noção de criatividade cotidiana, das “maneiras de fazer”, que “constituem as mil práticas pelas quais os usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas de produção sócio-cultural” (Ibid., p. 41).

Tais modos de produção cotidiana são contornados por um desastre que habita o circuito de produção de sentidos percorrido pelos jovens na *trend*. Assim, a articulação das ferramentas representou expressões criativas de diferentes formas, onde o acionamento de certas *affordances* em detrimento de outras estabeleceu, dentro deste mesmo grupo, exemplos

das múltiplas possibilidades de criação. Iniciamos pelo estabelecimento de pontos em comum dos usos exercidos pelos jovens. De modo geral, todos os vídeos combinam ao menos três ferramentas da plataforma, evidenciando uma expressão de tecnicidade que não apenas complementa, mas fundamenta e estrutura as narrativas.

Como vimos, a música faz parte de elaborações sobre a especificidade da enchente de formas irônicas, de ressignificação, humorísticas. Em diversos momentos, a letra cantada é uma camada adicional de sentido na construção narrativa dos jovens: assistir ao vídeo B sem áudio, por exemplo, possivelmente não assegura o mesmo sentido de destaque às marcas e estilos dos itens recebidos que a experiência de assisti-lo ao som do funk ‘LET’S GO 2’. Neste vídeo, a combinação do efeito em câmera lenta sobre as etiquetas e logomarcas dos itens, aliado ao funk que entona “jovens milionários” e ao texto “Pov: as roupas das doações estão melhores que as que eu perdi”, não constitui adição acessória, mas sim um dispositivo narrativo central que performatiza o paradoxo de uma melhoria no estilo de vida após a perda de bens materiais devido à ocorrência de um desastre.

Essa transversalidade criativa manifesta-se de múltiplas formas, sempre ancorada no contexto específico do desastre. A escolha da música “Baby eu tava na rua da água” (Vídeo A), articula a música com o Plano Aberto que registra o primo da criadora e o fundo, ambientando o espectador na sua realidade. A utilização deste plano de filmagem privilegia as roupas vestidas pelo jovem. Articulado com o texto “meu primo que tá mais estiloso agora” e a legenda “pega o drip⁴¹ do mlk kkkkkkkkkk”, reitera-se da atenção à roupa em todas as ferramentas utilizadas.

Nos vídeos D e J, o efeito de *loop* infinito dá destaque à pose dos criadores em meio às águas. Também com músicas do gênero funk que remetem a lazer, ascensão social e ostentação. Os sentidos da música contrastam fortemente o que se é mostrado no vídeo: os jovens estão com parte das pernas submersas e, ao fundo, casas estão parcialmente cobertas pela água. Junto aos textos sobrepostos “perdi a casa mas não perdi o kit obg pela doação SP 🙏👏” e “hoje nós do sul anda muito estiloso obg SP só doação zika” é que os trechos das músicas escolhidas efetivam os seus sentidos.

⁴¹ Gíria originada do contexto da moda e do Hip Hop, comumente utilizado para descrever alguém estiloso. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/ela/noticia/2024/05/28/drip-dos-artistas-quem-e-a-dupla-que-revela-valor-dos-figurinos-de-famosos.ghtml>.

A articulação transversal das *affordances* para construir tais narrativas demonstra, na prática, que a tecnologia não é uma imposição passiva. Logo, demandas culturais e de auto expressão a partir de contextos locais geram dinâmicas de uso específicas e contextuais, inventando expressões e práticas antes impensáveis, como são os *Recebidos da Enchente*. Portanto, a reafirmação dos enfoques dados nos vídeos foi articulada pela sobreposição estratégica das diferentes ferramentas. Tais práticas criativas são táticas de apropriação (Certeau, 1998): os jovens transformam *affordances* técnicas – ângulos, músicas, *loop*, textos sobrepostos – em narrativas contextualizadas sobre as suas próprias experiências em meio ao desastre.

Compreendemos, portanto, que tal processo de reelaboração das ferramentas utilizadas e dos sons articulados nos vídeos, são uma forma de apropriação exercida pelos jovens no TikTok (Schmitz, 2015, p. 269). Notamos, do mesmo modo, que as suas práticas criativas dialogam com estratégias de visibilidade dentro da plataforma. A transversalidade dos usos das ferramentas com esta finalidade é detalhada a seguir.

4.1.3 Estratégia de visibilidade

Como observamos a partir de Freitas (2023), os usuários do TikTok articulam diferentes ferramentas para obter engajamento e acumular métricas na plataforma (p. 49-50). Esses usos constituem práticas mais ou menos intencionais no sentido de obter visibilidade, alcançar viralização e até mesmo conquistar a monetização. Na *trend Recebidos da Enchente*, percebemos que tais interações com os âmbitos técnicos se expressam a partir de atravessamentos entre as ferramentas da plataforma e as suas inferências criativas. Conforme desenvolvemos a seguir, os usos que os jovens fazem do TikTok articulam lógicas específicas de construção de sentido, mas também inferem práticas de visibilidade.

Nos ancoramos nas elaborações de Ling *et al.* (2021) para compreender quais elementos presentes em vídeos curtos podem vir a contribuir para a sua viralização. Os autores elencam três elementos como centrais para tal acontecimento: elementos do conteúdo, sistema de recomendação e perfil do criador. O primeiro se refere à circulação de conteúdos com altos níveis de atratividade à audiência, como vídeos de animais, por exemplo. O segundo elemento articula práticas que visem alinhar o conteúdo aos funcionamentos algorítmicos da plataforma, “em outras palavras, “explorar” o algoritmo de recomendação do

TikTok pode ajudar a fazer com que os vídeos se tornem virais” (p. 1, tradução nossa⁴²). Por fim, o terceiro infere que perfis oficiais de criadores, reconhecidos pela própria plataforma com um selo de verificação, recebem visibilidade adicional, com mais chances de terem conteúdos viralizados.

Nesse sentido, observamos inicialmente que o uso de hashtags assume funções estratégicas em alguns vídeos: as combinações como *#vaiprafycaramba* (vídeo B) e *#fyp* (vídeos D e J) simbolizam a tentativa de fazer com que o conteúdo seja recomendado na *For You Page*, a tela inicial do TikTok, onde os vídeos aparecem assim que o usuário abre o aplicativo. Além disso, há o uso de *hashtags* que acionam o desastre, como *#enchente*, *#riograndedosul*, *#orgulhoemsergaúcha*, *#doeparaoriograndedosul* e *#sosriograndedosul*, que, por estarem em alta no contexto midiático no momento, podem contribuir para ampliar a evidência dos vídeos. A partir dessa correlação, inferimos que “adicionar uma *hashtag* popular na descrição do vídeo ajuda vídeos curtos a viralizarem” (Ling *et al.*, 2021, p. 1, grifo nosso, tradução nossa⁴³). Os autores destacam, especialmente, o uso da *#fyp* para este fim.

O formato curto, presente na maioria dos vídeos da *trend*, também se configura como estratégia de visibilidade. Embora vídeos mais longos possam, eventualmente, viralizar, o formato curto favorece a retenção do usuário do início ao fim do conteúdo, o que aumenta a probabilidade de que a visualização seja contabilizada. Como vimos anteriormente nas discussões sobre as táticas de visibilidade e monetização, as visualizações qualificadas dependem, em boa medida, de quantas vezes o vídeo é assistido até o final. Assim, vídeos mais curtos facilitam esse processo, ainda que não se enquadrem nas regras formais de monetização, que exigem, no mínimo, 1 minuto de duração. Mesmo sem possibilitar a monetização direta, o formato curto se mostra eficaz para a circulação e viralização de conteúdos.

Além disso, o uso de áudios virais pode desencadear maior visibilidade aos vídeos, uma vez que conteúdos que articulam esses áudios passam a ocupar a biblioteca de som com maior presença à medida que são recorrentemente utilizados pelos produtores. No que diz respeito ao conteúdo, infere-se que “elementos visuais, incluindo sua composição estética e temas atraentes, influenciam sua viralização” (Ling *et al.*, 2021, p. 2, tradução nossa⁴⁴). Na questão imagética, então, salientamos a articulação não convencional que os conteúdos da

⁴² In other words, “exploiting” TikTok’s recommendation algorithm might help make videos go viral.

⁴³ Adding a trending hashtag in the video description helps short videos go viral.

⁴⁴ [...] visual elements, including their aesthetic composition and catchy subjects, impact their virality.

trend representam, especialmente no que diz respeito aos jovens que se filmaram posando em meio às águas (vídeo D e J).

As práticas aqui descritas configuram, portanto, práticas de visibilidade mais ou menos intencionais: mesmo quando há planejamento e articulação calculada de ferramentas, abordagens e formatos com maior chance de viralização, não há garantia de que o alcance esperado venha a se concretizar. Tais estratégias de posicionamento são elaboradas a partir de uma noção interpretativa do funcionamento dos algoritmos, em que os usuários passam a associar certas práticas a um maior impulso da plataforma (Butcher, 2017). Contudo, para além dessa obscuridade lógica, é necessário contabilizar igualmente o peso das interações e engajamentos de outros usuários, que, em conjunto, também impulsionam a circulação dos vídeos, evidenciando a centralidade do agenciamento coletivo nos processos de viralização.

É especialmente relevante notar, da mesma forma, que as lógicas do Programa de Recompensa para Criadores podem ser apropriadas por qualquer usuário em suas práticas cotidianas. Essa possibilidade configura dinâmicas de produção que permitem retorno financeiro a quem atinge os requisitos do Programa. Por isso, a priori, qualquer usuário do TikTok pode vir a monetizar o seu perfil, basta atender às métricas e regras delimitadas ou elaborar estratégias para contorná-las, como observamos a partir da pesquisa de Karwahi e Araujo (2025). Esta possibilidade pode, por vezes, rearticular as dinâmicas criativas na plataforma, inserindo as estratégias de visibilidade nas práticas cotidianas nos usuários, que as articulam como parte do planejamento e processo de criação de seus conteúdos.

4.1.4 Referências culturais

A produção criativa de vídeos mostrando os itens recebidos através de doações em um contexto de desastre já sinaliza um repertório hábil com as mídias digitais. Assim, estabelecemos de início que a própria *trend* é uma manifestação cultural dos sujeitos que, coletivamente, expressam as especificidades de ser um jovem usuário do TikTok no contexto das enchentes do RS em 2024. Através da categoria de referências culturais, delimitamos a menção ou a reprodução de outras *trends* dentro da *trend*, de acionamentos de repertórios locais e globais, como expressões verbais (gírias), por exemplo. Consideramos as referências

culturais como constitutivas das tecnicidades, pois através delas os jovens realizam as suas próprias inferências com as tecnologias, articulando as suas identidades nas plataformas.

Iniciamos pelas expressões identificadas destacando as gírias “drip”, “kit”, “look” e “só doação zika”. As três primeiras derivam do inglês e são diretamente relacionadas às práticas da moda e vestimentas, significando, respectivamente, alguém estiloso e o conjunto de roupas e acessórios que alguém veste, por vezes associado a roupas de marca⁴⁵. Já *look* é a forma de vestir, as escolhas de vestimentas⁴⁶. Por fim, “zika” é uma gíria paulista que infere sentidos de intensidade, sendo utilizada para descrever algo como muito bom ou muito ruim⁴⁷.

Encontra-se, já nas expressões, elementos que remetem a referências culturais de outras práticas *online* de diferentes territórios. Os jovens articulam em sua linguagem expressões comuns a outras regiões ou, até mesmo, que provêm de outros países. Essas são reconfiguradas a partir dos significados cotidianos inferidos por quem os utiliza no Brasil. Neste sentido, as apropriações da língua, seja do exterior ou do próprio território brasileiro, configuram um sistema linguístico autônomo instituído por uma lógica interna própria (Magno, 2000). As palavras não estão descontextualizadas ou erradas por não seguirem os seus significados literais e originários, mas sim configuram uma aplicação em um contexto específico.

Há uma desterritorialização dos referenciais culturais e linguísticos, configurando o “deslocamento das monoidentidades nacionais para o multiculturalismo global” (Canclini, 2015, p. 116). Tal movimento não é totalizante – ou seja, não abandona completamente o local –, mas opera como articulação bidirecional: o global se insere no local, e vice-versa. Nesse sentido, Canclini identifica uma rearticulação nas práticas culturais e, conseqüentemente, nos repertórios identitários dos sujeitos, impulsionada pela globalização: “as indústrias culturais e a massificação urbana se articulam para preservar as culturas locais e, ao mesmo tempo, fomentar maior abertura e transnacionalização dessas culturas” (Ibid.).

Os processos globalizatórios não se limitam ao âmbito econômico de expansão de mercados, mas também contemplam fluxos culturais e simbólicos. Nota-se, assim, a

⁴⁵ Definição de “kit”. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/kit/>.

⁴⁶ Definição de “look”. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/look/#:~:text=substantivo%20masculino%20Forma%20de%20vestir,sentido%20veja%2C%20olhe%2C%20observe.>

⁴⁷ Definição de “zika”. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/significado/zika/2047/>.

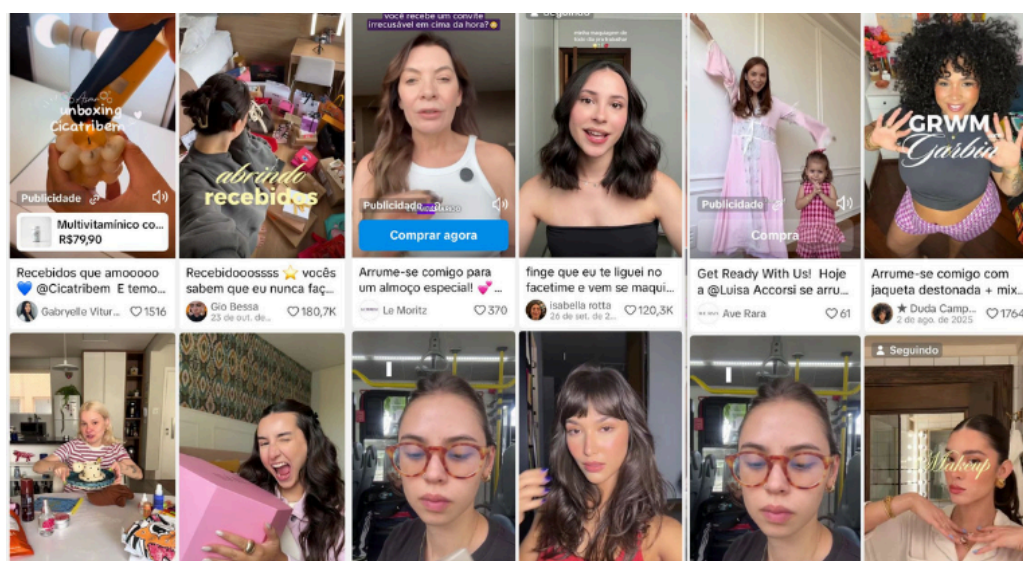
formação das “culturas híbridas” (Canclini, 1998), isto é, os deslocamentos das práticas culturais e das identidades em um movimento de homogeneização cultural. Esse movimento, no entanto, não estabelece apenas padrões dominantes, mas também permite negociações e encontra resistências. Neste sentido, os jovens da *trend* desterritorializam as suas práticas, atravessando as diversas referências culturais presentes em seu escopo identitário.

Essa prática se manifesta também nos formatos adotados pelos vídeos analisados. A reprodução de outras *trends* da plataforma revela uma apropriação criativa dos conteúdos que circulam no TikTok, em que os usuários transitam do polo de consumo – assistindo e absorvendo essas referências – para o de produção, realizando releituras pessoais das práticas comunicacionais originalmente consumidas. A própria *trend* *Recebidos da Enchente* exemplifica esse processo, ao subverter um formato já consagrado na plataforma: os vídeos de “recebidos”, comuns entre criadores de conteúdo que exibem itens enviados por marcas para promoção junto à sua audiência.

Esse formato carrega um prestígio inerente, pois o recebimento de produtos por marcas sinaliza a autoridade do criador, cuja audiência é ampla o suficiente para funcionar como canal publicitário. Nesse contexto, os *Recebidos da Enchente* operam como uma subversão irônica desse modelo estabelecido no TikTok (Figura 3), ao transferir o prestígio associado aos itens recebidos para um cenário de desastre, no qual – como muitos jovens explicitam – eles haviam perdido seus bens materiais. Além dos recebidos, os modelos de “arrume-se comigo”, montar looks, “*unboxing*⁴⁸” e “maquie-se comigo”, estabelecem formatos já existentes no TikTok, mas que recebem releituras e funcionam como template para que os jovens construam os seus próprios sentidos sobre a especificidade do desastre.

⁴⁸ *Unboxing* é a prática de desembulhar, tirar da caixa (tradução literal) ou abrir itens em frente à câmera. Mostra-se, assim, os itens obtidos. No caso da *trend*, ele está presente no vídeo H, no qual a criadora mostra as roupas que seu marido escolheu nas doações.

Figura 3 — Vídeos de recebidos, arrume-se comigo e maqueie-se comigo no TikTok



Fonte: Elaborado pela autora.

Esta apropriação do formato original dos recebidos e de outros formatos da plataforma, sinaliza uma articulação que os jovens fazem do entre-lugar, ou seja, “entre a reprodução das lógicas tecnológicas dominantes e a resistência a elas, ou seja, engajam-se nas estruturas hegemônicas de organização social, curadoria e conveniência ao mesmo tempo em que as desafiam” (Escosteguy; Carrijo, 2025, p. 12). Neste sentido, os elementos que delimitamos para analisar na categoria de referências culturais auxilia na percepção de que os referenciais de identidade se formam, na atualidade, “mais do que nas artes, na literatura e no folclore [...], em relação com os repertórios textuais e iconográficos gerados pelos meios eletrônicos de comunicação e com a globalização da vida urbana” (Canclini, 2015, p. 117).

4.2 ELEMENTOS DISCURSIVOS, VISUAIS E PERFORMANCE

O objeto audiovisual em uma plataforma de redes sociais como o TikTok abrange uma multiplicidade de camadas que inclui vídeos, textos sobrepostos, legendas, músicas, narrações e *hashtags*. No protocolo de análise do *corpus*, detalhamos sistematicamente esses elementos e aqui desenvolvemos as interpretações acerca do material coletado. Delimitamos as competências culturais e técnicas dos jovens no manejo das *affordances* da plataforma, observando como tais práticas geram sentidos amplos. Portanto, passamos para a identificação dos elementos discursivos, visuais e de performance que os constroem e a delimitação de tais sentidos. Baseamos a categorização dos enquadramentos, planos e ângulos a partir das contribuições de Carvalho (2025, p. 7), pois é “função do enquadramento da câmera definir o ponto de vista por meio do qual o espectador vê na tela o espaço representado”.

Figura 4 — Enquadramentos, planos e ângulos



Fonte: Adaptado de Carvalho (2025).

Neste sentido, identificamos que é na triangulação dos elementos discursivos, estéticos e de performance que as narrativas dos jovens são estabelecidas. Portanto, detalhamos e analisamos cada um desses componentes no item 4.2.1 para estabelecer um diálogo contínuo sobre as diferentes formas de estabelecer sentidos *na trend*. Em um primeiro momento, analisamos os elementos discursivos via texto sobreposto, legendas e narração e como se articulam nos sentidos gerais dos vídeos. Após, detalhamos os planos utilizados pelos jovens e os elementos estéticos incluídos em seus vídeos para compreender as intencionalidades comunicacionais. Também delimitamos os elementos performáticos, isto é, comportamentais dos jovens, buscando identificar como articulam sentidos também através dos seus corpos e ações.

No item 4.2.2 apresentamos os sentidos identificados nas narrativas dos jovens e como elas foram articuladas. Dialogando com bibliografias que nos auxiliam a pensar as reverberações significativas que tais sentidos ecoam. Por fim, estabelecemos o que os jovens constroem de forma coletiva, como repetição de formatos, falas e práticas e apropriação criativa de templates.

4.2.1 Construção discursiva, visual e de performance

Iniciamos a análise da *trend Recebidos da Enchente* pelo detalhamento dos componentes discursivos⁴⁹, que tratam das escritas incluídas nas legendas e nos textos sobrepostos aos vídeos, bem como narrações. Dessa forma, percebemos que todos os vídeos articulam os textos sobrepostos de forma a constituir uma camada textual estratégica para as construções narrativas. Esses elementos não funcionam apenas como complementos descritivos, mas também enquanto dispositivos de sentido que se articulam com os materiais audiovisuais. Geralmente posicionados centralmente nos vídeos para garantir legibilidade imediata, os textos articulam inferências de sentido sobre quem aparece no vídeo “e meu primo que ta mais estiloso agora com roupa de doação do que antes da enchente kkkk” (vídeo A), “pov: meu irmão mostrando o look que ganhou de doação depois de ficar sem casa na

⁴⁹ Embora se reconheça que o termo ‘discursivo’ poderiam acionar a via da análise do discurso – com suas referências para observar formações ideológicas e subjetivações nos textos –, aqui, reservamos a noção de ‘elementos discursivos’ para designar especificamente os componentes verbais presentes nos vídeos. Isto é, aqueles que se concretizam por meio de legendas, textos sobrepostos aos vídeos e narrações orais. Tal delimitação permite articular essas camadas diretamente às *affordances* do TikTok.

enchente” (vídeo F), sobre passar a possuir itens melhores dos que possuíam antes do desastre (vídeos A, B, E, F), sobre o conteúdo temático do vídeo “Roupas que ganhei da doação” (vídeo C, também identificado nos vídeos G, H, I) e também reforçam o alívio proporcionado por receberem doações de qualidade e a gratidão pelas mesmas “perdi a casa mas não perdi o kit obg pela doação SP 🙏👏” (vídeo D), “hoje nós do sul anda muito estiloso obg SP só doação zika” (vídeo J).

Representam, assim, tanto descrições factuais que registram o recebimento dos itens, quanto ironias e abordagens humorísticas e afetivas que subvertem os seus contextos. As legendas são acionadas de formas similares e reforçam os sentidos estabelecidos nos vídeos e textos sobrepostos a eles. O vídeo A, por exemplo, mostra o jovem de longe, em Plano Geral contemplando as vestimentas dele (elemento visual), articula que os itens recebidos, que são os que ele veste, são melhores que os que ele vestia antes do desastre (primeira articulação discursiva) e salienta que ele está estiloso na legenda (segunda articulação discursiva). Neste mesmo sentido, o vídeo B exemplifica esta articulação narrativa via ativação transversal das ferramentas: mostra os itens recebidos em *close-up*, ou Plano Detalhe (elemento visual), sinaliza que os itens são melhores do que os que ela tinha antes no texto sobreposto (primeiro elemento textual) e compartilha que estava precisando de tais itens na legenda (segundo elemento textual). O vídeo E utiliza de uma construção visual e textual similar à do vídeo B, mas não utiliza de legenda, o que reforça que os sentidos são construídos com usos variados das ferramentas.

Estabelecemos, nos exemplos acima, a compreensão de primeiro e segundo elementos textuais a título de delineamento da frequência em que esses são utilizados, não de forma a estabelecer uma hierarquia entre qual sentido seria ativado primeiro. Além dos textos e legendas, reconhecemos também as narrações enquanto elementos discursivos, presente apenas no vídeo H. A narração do vídeo H tece elementos semânticos que constroem uma estratégia comunicacional estruturada em proximidade com os espectadores. A jovem adota um discurso coloquial com gírias regionais (“gurias”, para se referir a quem assiste o vídeo) e expressões em inglês (“beautiful!”, “glow”). Ela utiliza de exclamações enfáticas para demonstrar empolgação e alegria com os itens recebidos (“ai, muito lindo!”, “meu deus que linda!”, “gente!”).

Todas as expressões são articuladas com expressões faciais e gesticulações que apontam para os itens de maquiagem, para o seu pijama e demais itens, enquanto estabelece

diálogo direto com a audiência (“muitas de vocês falando”, “vocês não tem noção”), posicionando o espectador como cúmplice do recebimento dos itens e da sua experiência com os mesmos. Além disso, ela salienta o interesse por itens de maquiagens e conhecimento sobre as marcas, como detalhamos nas referências culturais acionadas pelos jovens. O formato ‘maquie-se comigo’ do vídeo é uma simulação de um tutorial cujo passo a passo é narrado e demonstrado pelas ações da criadora (“começando pela pele”, “agora o blush”), cujo teste acontece “ao vivo” (“vou testar”). Os cortes entre os testes condensam o tempo que a jovem leva para mostrar os itens que recebeu e se maquiar em 6 minutos e 7 segundos de vídeo, fazendo deste o vídeo mais longo do *corpus*.

Os elementos visuais perpassam, primeiramente, o estabelecimento dos ângulos utilizados. O Plano Geral aparece com mais frequência (vídeos A, C, G e J). Nestes conteúdos, tanto as roupas vestidas quanto os cenários são fundamentais para a construção de sentido e ambientação dos vídeos. Em outras abordagens visuais, percebe-se também o enfoque nos itens recebidos, mas a partir de angulações variadas, como nos vídeos que utilizam do Plano Detalhe, exemplificados nos parágrafos anteriores. O Plano Médio é utilizado nos vídeos D e F cuja abordagem de ambos remete a desfiles de moda com os jovens gesticulando, girando e mostrando as roupas que vestem.

Um exemplo desta combinação de texto, imagem e performance está presente no vídeo D. Nele, o jovem aparece em meio às águas, filmado em plano aberto, captura a sua vestimenta completa. Ele está alocado em uma rua alagada e, ao fundo, observa-se casas e árvores debaixo d’água. Se não fosse a articulação textual junto ao vídeo, a leitura feita poderia ser de denúncia e flagrante de uma experiência em meio ao desastre. Contudo, entende-se que o jovem faz alusão à roupa que veste, agradecendo e valorizando tais itens, proporcionado mediante as doações recebidas: “perdi a casa mas não perdi o kit obg pela doação SP 🙏👐”. Elaboramos anteriormente o uso de música por este criador, que confere um tom de humor e ironia ao utilizar de um funk de lazer e ostentação. Neste sentido, é a partir da tríade texto-imagem-som que a narrativa é estabelecida em sua completude.

De forma geral, os produtores utilizam de diferentes enquadramentos e elementos visuais para trazer protagonismo para os mesmos componentes: os recebidos da enchente. No que tange os elementos de performance, “a possibilidade de mostrar-se aos outros por meio da mediação tecnológica traz à tona uma série de desdobramentos relacionados aos modos pelos quais nos apresentamos ao mundo” (Carrijo; Satler, 2021, p. 384-385). Esta dimensão

performática dialoga mutuamente com as tecnicidades e narrativas, pois as *affordances* podem estabelecer delineamentos de adequação a certos formatos. Bem como possibilita as construções narrativas de se estabelecerem. Por esse motivo, desdobramos esta dimensão no eixo das narrativas, destacando a dimensão da performance enquanto uma forma de narrar.

Conforme estabelecemos previamente, estar no “palco digital” do TikTok infere dinâmicas específicas do *compartilhar-se* (Carrijo; Satler, 2021). Neste sentido, se configura uma dinâmica de interação *online* mediada (Thompson, 2018), que compreende especificidades em cada plataforma. Portanto, os delineamentos discursivos e visuais realizados até aqui também dizem respeito à performance, isto é, às escolhas de *como* mostrar-se na plataforma, já que compreende-se a mídia digital “como um espaço em que a representação de si deve ser “moldada e modificada para ajustarse à compreensão e às expectativas da sociedade em que é apresentada”, sendo performances conscientes (Goffman, 2018, p. 47).

Questionamos, assim, quais padrões de vida e expectativas da sociedade estão imbricadas nas performances da *trend*? Para auxiliar as reflexões acionamos a noção de fachada (*frontstage*) e de região de fundo (*backstage*) (Goffman, 2018). A primeira é referente ao espaço público e interacional onde o indivíduo performa uma versão ajustada aos referenciais e padrões sociais, adequando-se às práticas de forma consciente. Pode-se compreender enquanto a aparência, o cenário, os gestos, tom de voz e postura que alinham-se a tais expectativas sociais. A região de fundo é o espaço privado e individual, onde as aparências sociais não precisam ser mantidas e há espaço para o espontâneo.

O TikTok configura dinâmicas que dialogam diretamente com a noção de *frontstage* e seus agentes e funcionamentos delimitam uma “cultura comum” com expectativas performáticas específicas. Contudo, os jovens da *trend* realizam as suas próprias negociações entre a fachada e a região de fundo. Nos vídeos C, D, G e J os criadores se mostram vestindo ou usando os itens que receberam das doações. Tal prática é feita a partir de poses estáticas (vídeos D e J) ou a partir do movimento corporal e da experimentação de roupas (vídeos C e G) ou maquiagens (vídeo I). Predomina o se mostrar fazendo, uma dimensão do espectro performativo que elabora uma performance consciente a ser exibida, mostrada aos outros (Schechner, 2022).

A partir dessa lógica, os usuários projetam a sua presença no desastre e articulam as suas ações cotidianas ao contexto das enchentes: demonstram o processo de receber doações,

usar, e as avaliarem criticamente, quase sempre demonstrando gratidão. Inclusive incorporando práticas de *review*, ou avaliações dos produtos, como no caso do vídeo H, que “testa” as maquiagens e expressa a sua opinião sobre as suas características e marcas. Tais gestos e ações comunicacionais posicionam os jovens enquanto referencial simbólico do desastre. Posar em meio às águas, enquadrar o primo ou o irmão, vestir as roupas recebidas dentro de outros ambientes, abrir a mala e mostrar o que ganhou ou passar as maquiagens que recebeu: todas essas ações configuram o que chamamos aqui de performances de experiência, ou seja, que acionam sentidos sobre o desastre, comunicam que foram atingidos pelas águas e, além disso, transformam tal acontecimento inspirando-se em conteúdos e formatos virais da plataforma. Tais performances de experiência, são compreendidas aqui, como delimitadores de autoridade juvenil, essas performances afirmam os usuários enquanto produtores, consumidores e conteúdos, simultaneamente.

As negociações identificadas entre *frontstage* e *backstage* são resultantes da forma como eles comunicam a sua vitimização. Cruzando *affordances* previamente delimitadas, os jovens articulam resiliência, qualidade inesperada das doações e desejo por marcas aspiracionais, configurando uma consequência positiva e surpreendente das enchentes nas suas vidas. Assim, extrapolam o papel de vítimas para encenar pequenas superações cotidianas. Ainda assim, os efeitos das enchentes não são ignorados: ao posarem em meio às águas, mencionarem perdas materiais ou casas destruídas em textos e legendas, mantêm o desastre visível, integrado à fachada. *Frontstage* e *backstage*, nos *Recebidos da Enchente*, atuam em mútua articulação para tecer os sentidos dos conteúdos.

4.2.2 Produção de sentidos e temáticas acionadas

Delimitar as competências técnicas e culturais e detalhar as construções discursivas, visuais e de performance dos jovens da *trend* já perpassa evidenciar algumas das suas produções de sentido. No entanto, o processo de desvendar as suas narrativas e compreender os pontos em que evidenciam o desastre, bem como as demais temáticas que atravessam os vídeos, envolve um processo analítico mais aprofundado. É a isso que nos dedicamos neste subitem. As estratégias de acionamento das enchentes nos conteúdos se deu de diversas formas, conforme desenvolvemos até aqui. Através de tais estratégias, os produtores

delimitam as suas experiências em meio ao desastre e evidenciam a especificidade cultural desta *trend*. Portanto, através da tríade discurso-visual-performance, relacionadas às articulações culturais e técnicas dos jovens, traçamos sentidos em comum nos conteúdos.

No quadro a seguir, detalhamos os sentidos identificados por vídeo, bem como os elementos acionadores de tais interpretações.

Quadro 3 — Produção de sentidos

Vídeo	Sentidos	Elementos acionadores
A	Resiliência; Humor; Ironia; Gratidão; Consumo	Texto, música, legenda e vídeo.
B	Resiliência; Humor; Ironia; Gratidão; Consumo	Texto, música, legenda e vídeo.
C	Humor; Gratidão	Legenda e vídeo.
D	Resiliência; Ironia; Gratidão; Consumo	Texto, música, legenda e vídeo.
E	Gratidão; Consumo	Texto e vídeo.
F	Resiliência; Humor; Ironia; Gratidão; Consumo	Texto, legenda e vídeo.
G	Resiliência	Texto, legenda e vídeo.
H	Humor; Ironia	Texto, legenda, narração e vídeo.
I	Resiliência; Gratidão; Consumo	Texto, legenda, narração e vídeo.
J	Resiliência; Ironia; Gratidão; Consumo	Texto, música, legenda e vídeo.

Fonte: Elaborado pela autora

A articulação das *affordances* do TikTok com os referenciais culturais dos jovens resultou em formas inesperadas de narrar as enchentes, um desastre escancarou e aprofundou desigualdades sociais já existentes. As populações de baixa renda do RS foram as mais atingidas pelas enchentes, especialmente em bairros com maior proporção de moradores negros em áreas precarizadas (Agência Brasil, 2024). O número de pessoas em situação de pobreza aumentou 4,1% e a insegurança alimentar se tornou ainda mais presente entre 18,7% da população gaúcha (G1, 2024). Nesse contexto, os jovens da *trend Recebidos da Enchente*

ativam, de forma prioritária, sentidos de resiliência, gratidão e consumo, conforme exploramos a seguir.

Esses sentidos se entrelaçam de maneiras distintas, mas convergentes, para construir as narrativas. A ênfase em itens doados de melhor qualidade que os anteriores e em estarem estilosos mesmo após o desastre (vídeos A, B, C, I e J), sinaliza gratidão e prestação informal de contas: as doações, de fato, chegaram até os gaúchos, foram vestidas e usadas, transformando a vulnerabilidade do contexto em uma visibilidade criativa. A gratidão também é articulada de formas mais explícitas, com o agradecimentos no texto (vídeos D e J), na legenda (vídeo C) e na fala narrada (vídeo H). Essa articulação otimista não apenas comunica reconhecimento aos doadores, mas também estabelece resiliência via consumo, onde marcas inesperadas viram êxitos simbólicos.

A resiliência, em particular, emerge como narrativa de superação em um contexto adverso: “mais estiloso agora com roupa de doação do que antes da enchente” (vídeo A) ou “perdi a casa mas não perdi o kit” (vídeo D) reescrevem o desastre como porta inesperada para desejos antes inalcançáveis. Essa estratégia comunicativa otimista perpassa os vídeos, mas não ignora a tragédia: cenários alagados (vídeos D e J) e abrigos (Vídeo A) compõem o palco das performances, impossibilitando ignorar o contexto semântico. Assim, a resiliência também manifesta-se nas suas performances: poses confiantes (vídeo J), desfiles caseiros (vídeos F, G) e destaque aos itens (close-ups nos vídeos B e vídeo E). Ao integrá-los explicitamente, os jovens não se apresentam como vítimas passivas, mas como protagonistas criativos que, por vias adversas, mobilizam as suas capacidades de agenciamento também nas mídias digitais.

Esse sentido emerge como narrativa de superação irônica em contexto adverso, invertendo o luto inicial em ganhos materiais que restauram dignidade aos jovens. Assim, “em contextos de escassez e precariedade, o alegre, irreverente ou burlesco podem se tornar recursos de resistência ordinária” (de Certeau, 1984, apud Silet et al., 2024, p. 97). Após narrarem perdas significativas, eles acessam itens e marcas antes inalcançáveis, reconfigurando vulnerabilidade em protagonismo simbólico. No vídeo H, essa dinâmica ganha contornos específicos na narração da jovem, ex-funcionária de loja de maquiagem que conhecia produtos aspiracionais sem jamais possuí-los: “na loja que eu trabalhava antes a gente vendia essa marca aqui então ele é maravilhoso”; “agora a maravilhosa base da Catharine Hill! Não sei se vai ficar certinho na minha cor mas eu misturo na minha outra ali”;

“todas vocês me falaram 'essa base é muito boa', então já que eu ganhei esse 'recebidos da enchente' vamos testar”.

A gratidão e a resiliência estão, portanto, diretamente imbricadas nos sentidos de consumo ativados. Reconhecemos que o protagonismo dado aos itens recebidos tece tramas relacionadas ao acesso ao consumo. A construção simbólica que os Recebidos tomam delinea que o consumo toma lugar de estratégia de pertencimento. À luz de Néstor García Canclini, o exercício da cidadania está vinculado às “atividades através das quais, nesta época globalizada, sentimos que pertencemos, que fazemos parte de redes sociais, ou seja, ocupando-nos do consumo” (2015, p, 35). Nesse sentido, “quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valiosos” (Ibid.).

Itens de marcas como Nike, Catharine Hills, o estilo das roupas recebidas que mantém o “kit” e o “drip” recebem um valor simbólico, ultrapassando os seus valores objetivos de mercado. Neste contexto, os jovens gaúchos apropriam-se dos bens para negociar o seu lugar enquanto cidadãos: doações viram distinção (Oliveira-Cruz; Ronsini, 2012), democratizando acesso a marcas antes excludentes mediante práticas de solidariedade nacional. Os itens doados, portanto, assumem um papel de capital simbólico que, a partir de Bourdieu, funciona como “[...] qualquer propriedade (qualquer tipo de capital físico, econômico, cultural, social) percebida por agentes sociais de forma a conferir algum valor à mesma.” (Bourdieu, 1997, p. 108, tradução nossa). Podendo ser “um reconhecimento externo dos outros agentes em relação a um determinado agente, ao legitimarem determinada propriedade como valorizante deste” (Araújo e Melo, 2007, p. 5). Articula-se, assim, o consumo como sentido interativo com todos os outros encontrados a partir dos vídeos.

O sentido da ironia nos remete à sua significação enquanto figura de linguagem, sendo “pela qual se diz o contrário do que se pensa, com intenção sarcástica” (Cherubim, 1989, p.41). Esse sentido se ativa no contraste entre a situação dramática relatada pelos jovens — imersos nas enchentes e privados de seus bens pessoais — e o texto sobreposto que destaca ironicamente os aspectos positivos das doações recebidas, como itens de qualidade e a preservação do estilo pessoal. A ironia, portanto, “produz-se na tensão entre dois pólos: o do sentido “literal” e o do sentido figurado” (Benetti, 2007, p. 40).

O humor opera como dispositivo memético clássico, descrito por Cardoso et al. (2016) como unidades culturais que viralizam via imitação e mutação. Neste sentido, os jovens alocados em meio às águas, articulando músicas sobre lazer e ostentação, ressaltando

o quanto estão estilosas, são algumas das formas em que estabelecem este dispositivo. Assim, o tom satírico acionado contrasta com a tragédia literal de perdas e vulnerabilidade. Percebemos, portanto, que a *trend* é um campo de sentidos múltiplos que se articulam de forma interativa uns com os outros. São estabelecidos, então, no cruzamento das diferentes *affordances*, matizando a articulação entre as tecnicidades e as narrativas como co-produtoras uma da outra.

4.2.3 A *trend* enquanto construção coletiva

A partir da língua náuatle⁵⁰, a pesquisadora Gloria E. Anzaldúa criou o termo “*nepantla*” (1987) para designar um espaço intermediário, de limiar, marcado por transformações no tempo e no espaço. Assim, passou a chamar de “*nepantleras*” as pessoas que habitam e vivem entre múltiplos mundos ao mesmo tempo. Essa reflexão contempla as possibilidades de habitar e participar, de forma simultânea, de diferentes mundos. No contexto da *trend Recebidos da Enchente*, percebemos que a articulação entre o desastre enquanto experiência vivida e referenciais culturais globalizados evidencia a habitação desses jovens em diferentes lugares de forma simultânea.

Neste contexto, observamos que diferentes sentidos são acionados em cada vídeo, individualmente, e que, quando feitos cruzamentos entre os conteúdos, esses sentidos se entrelaçam e se fortalecem enquanto significações coletivas. Percebemos, assim, que os jovens realizam a construção de performances híbridas, ou seja, articulam as suas representações de si no TikTok combinando, misturando e fundindo elementos de ordens distintas: o que o acesso a certos itens representa em suas vidas, que formatos e conteúdos dominam na plataforma, a afetação pela enchente e as consequências que ela trouxe para suas trajetórias, enfim, articulam com fluência elementos do *online* e do *offline* que matizam suas práticas enquanto fundamentações de uma cultura digital (Martino, 2015).

Não se trata, portanto, de um local comunicativo “puro”, mas de um espaço atravessado por tudo o que os constitui enquanto indivíduos. Neste sentido, identificamos quatro dimensões de hibridização nas práticas de *Recebidos da Enchente*, dissolvendo possíveis dicotomias e complexificando ainda mais essas construções. Em primeiro lugar, há

⁵⁰ Originária da região central e oeste do México.

uma interlocução técnico-simbólica, onde os recursos da plataforma são acionados não apenas como ferramentas em si, mas como articuladores do sentido intencionado nos vídeos. Além das ferramentas, as próprias performances e as articulações gestuais e corporais são consideradas recursos mobilizados pelos jovens. Este vínculo “entre diversas competências, idéias e conhecimentos, articulado na interação virtual entre indivíduos no ciberespaço” (Martino, 2015, p. 31) é chamado por Lévy (1996) de “inteligência coletiva”. A partir das trocas que os grupos realizam em tais espaços, nota-se que todos os indivíduos ali presentes possuem potencial de contribuição com elementos constituintes do “conjunto de saberes que, sem pertencerem especificamente a ninguém, estão à disposição de todos para serem usados e transformados” (Martino, 2015, p. 31).

Percebemos também o acionamento simultâneo da imbricação entre os âmbitos pessoal e coletivo. Ao mostrar o que receberam por meio de doações, os jovens explicitam redes de solidariedade construídas em torno do desastre. Ademais, a partir dos *templates* e das *trends* dentro da *trend*, eles mobilizam conhecimentos elaborados na prática de outros usuários, reafirmando a ideia de inteligência coletiva no ciberespaço. Hibridizam, também, as noções de cotidiano imbricado no espetacular. A performance ocorre, geralmente, no cenário doméstico ou precário da enchente, mas é montada com enquadramentos, trilha sonora, humor e “estilização” que transformam o cotidiano em um conteúdo de entretenimento. A partir de Guy Debord (1967), a noção de sociedade do espetáculo nos auxilia a refletir sobre tal prática. Assim, a vida real recebe enquadramentos e representações específicas para reescrever, destacar ou esconder certos aspectos a fim de construir uma atratividade. Tal noção articula-se também às estratégias de visibilidade, onde se acionam técnicas e narrativas capazes de converter valorização viral ao conteúdo.

Por fim, identificamos a intersecção das dimensões afetivas e críticas na elaboração de gratidão, resiliência, humor, ironia e outros sentidos, com a reiteração do contexto de perdas. Conforme elaboramos anteriormente, eles não ofuscam as enchentes e os seus efeitos, apenas as enquadram de formas criativas e originais partindo dos seus referenciais de comunicação e performance no TikTok. Há, portanto, o lembrete de que as roupas recebidas são melhores do que as que tinham antes, de que perderam a casa, mas conseguiram manter o estilo. Tudo isso articula as dimensões afetivas e críticas de forma imbricada:

Enfrentando a massificada disseminação de seus anonimatos, e fortemente conectada às redes da cultura-mundo de informação e audiovisual, a heterogeneidade das tribos urbanas

nos mostra a radicalidade das transformações que nos atravessa, a profunda reconfiguração da socialidade (Martín-Barbero, 2002, p.187-188).

Concluimos que as produções dos jovens na *trend Recebidos da Enchente* não são apenas falas ou ações isoladas, mas constituem a expressão de sujeitos atingidos por um desastre sem precedentes e que, a partir dos seus referenciais, articularam as suas formas de expressar o ocorrido. Identificamos, desta forma, a transversalidade da *trend* com uma terceira mediação proposta por Jesús Martín-Barbero: as identidades.

A identidade, portanto, não é compreendida enquanto uma dimensão fixa ou passiva dos sujeitos, mas é construída de forma intencional e ativa nas tramas cotidianas, via interações nas diferentes esferas sociais. Estas interações constituem a identidade enquanto produto da articulação de diferentes mediações, como observamos aqui a partir das tecnicidades e das narrativas. Ainda que esta mediação não tenha sido assumida no início da pesquisa, as evidências reunidas revelam sua manifestação. Em uma entrevista, Jesús Martín-Barbero demonstra especial preocupação na articulação da identidade para pensar o processo de mutação cultural, junto à mediação tecnicidade (2009). Relacionam-se, assim, pelos “modos de ser e de definir o que se é no embate entre o consumo de representações midiáticas e a experiência para além dos meios de comunicação” (Ronsini, 2010, p. 11).

A dimensão da identidade enquanto fluida proposta por Martín-Barbero, dialoga com a concepção de Stuart Hall (2005), que reconhece as identidades na pós-modernidade enquanto “abertas, contraditórias, inacabadas, fragmentadas” (p. 46) e são “formadas e transformadas no interior da *representação*” (p. 48, grifo no original). Na *trend Recebidos da Enchente*, essa fluidez manifesta-se na tensão entre como os jovens se apresentam (poses, vestimentas das doações, dinâmicas dos vídeos) e quem desejam ser (jovens gaúchos resilientes, estilizados mesmo em crise). Neste sentido, compreendemos que nas construções de sentido dos jovens da *trend*, eles articulam representações de si (Goffman, 2018) e delimitam as suas identidades no espaço digital do TikTok. Reiteramos, contudo, que as identidades aqui percebidas possuem caráter circunstancial, isto é, fala das práticas específicas destes jovens no contexto do desastre via suas produções no TikTok.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizar uma pesquisa é sempre uma etapa difícil, tanto pelo processo de sintetização das elaborações, quanto pela ação de estabelecer que a pesquisa está, de fato, acabada. Neste sentido, sabemos que um objeto continua incitando questionamentos e inquietações quanto mais nos debruçamos sobre ele e que a finalização da pesquisa é mais uma decisão do que um momento orgânico. No exercício de construção desta investigação reafirmamos que investigar sobre jovens configura um espaço de profícua contribuição para o campo da Comunicação. O diálogo com os Estudos Culturais, especialmente latinoamericanos, possibilita alocar o nosso olhar sobre esse grupo social de forma a compreendê-los enquanto construtores e articuladores de cultura. Sujeitos cujas práticas ecoam sentidos do mundo social amplo, dos seus grupos pessoais e das suas práticas individuais, sendo todos esses espaços imbricados entre si e indissociáveis.

Aproximar uma abordagem sociocultural das juventudes prevê tensionar os estereótipos vinculados aos jovens, compreender que a categoria juventude é uma construção social e que é, na verdade, plural e diversa: falamos, então, de juventudes. Rossana Reguillo (2000) resgata as representações sociais e construções discursivas sobre os jovens ao longo do século XX para estabelecer que as categorizações construídas sempre foram elaboradas de modo a rotular, vigiar e controlar estes grupos: ““rebeldes”, “estudantes revoltados”, “subversivos”, “delinquentes” e “violentos”, são alguns dos nomes com que a sociedade batizou os jovens a partir da segunda metade do século” (p. 21, tradução nossa⁵¹). Estas classificações são, inclusive, largamente presentes em pesquisas nas ciências sociais (Rossi, 2007; Calligaris, 2009).

Retornamos à Du Gay *et al.* (1997) e Hall (2016) para restabelecer que a linguagem funciona como um sistema representacional e que, através dela, atribuímos significados ao mundo, coletivamente. Ressalta-se, portanto, que, assim como as classificações negativas, as ideias exclusivamente de exaltação das juventudes são, do mesmo modo, reducionista das experiências materiais e subjetivas que esses sujeitos possam vivenciar. As construções sociais sobre o que as juventudes devem, ou não, ser, perpassa relações de poder, pois

⁵¹ “Rebeldes”, “estudiantes revoltosos”, “subversivos”, “delinquentes” y “violentos”, son algunas de los nombres con que la sociedad ha bautizado a los jóvenes a partir de la última mitad del siglo.

A juventude como hoje a conhecemos é propriamente uma “invenção” do pós-guerra, no sentido do surgimento de uma nova ordem internacional que conformava uma geografia política na qual os vencedores desfrutavam de padrões de vida sem precedentes e impunham seus estilos de vida e valores. A sociedade reivindicou a existência das crianças e dos jovens, como sujeitos de direitos, especialmente, no caso dos jovens, como sujeitos de consumo (Reguillo, p. 23, tradução nossa⁵²).

Há, portanto, o reconhecimento das juventudes enquanto plural na sua essência: se os estereótipos, discursos, direitos e representações são construções contextualizadas, mobilizadas a partir de interesses específicos e arbitrárias, então não há como universalizar as experiências desses grupos. Como vimos anteriormente, a própria violência é um marcador de diferenciação entre as juventudes, onde alguns são protegidos pelo Estado e outros integram a maior porcentagem das vítimas perpetradas por esse mesmo Estado. Quais indivíduos são considerados jovens e quais são considerados adultos, independente das suas idades? Pierre Bourdieu salienta que “estes “jovens” encontram-se numa espécie de terra sem ninguém social, são adultos para certas coisas, são crianças para outras, jogam nos dois tabuleiros” (2003, p. 154).

Analisar essas disputas torna-se essencial para uma perspectiva sociocultural das juventudes, pois questiona a visão naturalizada sobre essa categoria. Evidencia, assim, suas particularidades sócio-históricas e situacionais, ultrapassando uma definição estritamente etária. Portanto, os marcadores sociais como raça, classe, gênero e sexualidade reiteram a heterogeneidade desses sujeitos e das suas experiências. Tal como enfatizamos, as definições arbitrárias da adolescência emergem de instituições e contextos sócio-históricos. As juventudes emergem, portanto, de uma dinâmica de forças entre saberes e poderes, o que nos leva a insistir que os jovens demandam interpretações em sua dimensão histórica e cultural, posicionados como atores sociais plenos, produtores de saberes e sentidos.

Partindo desta perspectiva e nos empenhando a abarcar tais compreensões na construção de toda a pesquisa, este estudo buscou compreender como os jovens da *trend Recebidos da Enchente* constroem sentidos sobre as suas experiências durante o desastre no Rio Grande do Sul em 2024, a partir da perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero, com especial atenção às mediações da tecnicidade e das narrativas. Ao articular o material

⁵² La juventud como hoy la conocemos es propiamente una "invención" de la posguerra, en el sentido del surgimiento de un nuevo orden internacional que conformaba una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. La sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes, como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo.

empírico com as teorias, percebemos o estabelecimento de relações dialéticas entre as práticas midiáticas dos jovens e os processos de mediação cultural em cenários de crise, revelando uma agência criativa que transcende visões revitimizantes.

Consideramos que o percurso teórico-metodológico foi satisfatório no sentido de responder às questões aqui levantadas, ao integrar a análise audiovisual qualitativa (Rose, 2002) da *trend Recebidos da Enchente* com aportes da mediação, com Jesús Martín-Barbero, dos sentidos culturais híbridos a partir de Néstor García Canclini e da articulação de identidades dialogando com Stuart Hall. Este último ponto foi uma descoberta resultante das aproximações com o objeto. Enquanto principiamos tendo as mediações das tecnicidades e narrativas enquanto estruturantes do nosso fazer investigativo, o campo revelou que as identidades também são constitutivas das práticas dos jovens da *trend*. No entrecruzamento dos usos das *affordances* do TikTok e dos discursos, configurações visuais e performances presentes nas narrativas dos jovens, concluímos que todos esses elementos são acionados a partir do estabelecimento identitário dos produtores.

Em conformidade com Jesús Martín-Barbero, interligamos a “tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade. Por exemplo, a quantidade de adolescentes que inventam uma personagem para si mesmos é impressionante” (2009). Os referenciais para a construção identitária dos jovens na atualidade perpassa um maior imbricamento promovido pelos meios de comunicação de massa: “os modelos são os seus contemporâneos: ginastas, cantores, atrizes, jogadores de futebol, esses são os padrões de conduta, são seus pares” (Ibid.). Neste sentido, percebemos que a reprodução performática e comunicacional a partir de influenciadores e outros criadores de conteúdo dentro do TikTok estabelece um padrão reproduzido nos *Recebidos da Enchente*. Está presente em como a jovem do vídeo H conversa com o público que a assiste ou em como os jovens dos vídeos D e J posam nas águas, por exemplo.

Destacamos a familiaridade dos jovens com as *affordances* do TikTok, evidenciando como eles se apropriam das plataformas para experimentar, ressignificar e imprimir suas próprias referências culturais e simbólicas por meio de estratégias, reuso de formatos, narrativas coletivas e performances híbridas. Nas experiências desses jovens, a competência cultural é a dimensão central para articular a experiência do desastre à cultura digital, produzindo sentidos que simultaneamente negociam com o hegemônico das plataformas e com o específico de suas experiências em meio às enchentes. Dessa forma, o posicionamento

sociocultural que assumimos nesta pesquisa acerca deste grupo social, aberto e livre de pré-concepções, possibilitou a identificação plena do que eles comunicam e dos sentidos que estabelecem.

Neste sentido, detalhamos a conclusão dos objetivos específicos estipulados na introdução desta dissertação. Primeiramente, a busca por investigar a mediação da tecnicidade nas competências técnicas culturais mobilizadas pelos jovens na produção dos vídeos iniciou por considerar, explicar e delimitar as *affordances* do TikTok. Propomos um debate teórico no item 2.2 que desse conta de apresentar a plataforma e as suas especificidades, pois compreendemos que o cenário técnico e algorítmico é delineador, mas não determinante, das práticas dos jovens na *trend*. Além disso, compreendemos que as rápidas mudanças e atualizações tecnológicas podem fazer com que a plataforma obtenha significativas alterações no futuro. O esforço para contemplar essas especificidades se dá também como uma tentativa de registro do seu funcionamento no momento da escrita do trabalho.

Ademais, a identificação das tecnicidades se dá justamente na observação das competências dos jovens com as dimensões técnicas e no entrecruzamento dessas capacidades com os seus referenciais culturais, pois essas mediações são “(...) menos tema de aparatos que de operadores perceptivos e destrezas discursivas” (Martín-Barbero, 2008, p. 18). Buscamos desenvolver tais práticas de construção de sentido e de mobilização das diferentes ferramentas nas suas mais variadas aplicações ao longo do item 4.1. Portanto, delimitar os usos das ferramentas, as formas de criatividade na plataforma, suas estratégias de visibilidade e o acionamento de referências culturais evidenciam essa mediação.

Neste sentido, o segundo objetivo, de identificar a mediação narrativa nos elementos discursivos, visuais e performativos que compõem os vídeos da *trend*, perpassou o delineamento das tecnicidades de forma prévia. O estabelecimento dos objetivos em tal ordem, da organização do protocolo de análise de dados e do desenvolvimento da análise se deu justamente pela conclusão de que ambas as mediações estão diretamente interligadas. Portanto, as narrativas dos jovens são construídas da forma em que foram estabelecidas pelas suas destrezas com as tecnicidades. É especialmente evidente quando, ao exemplificarmos os eixos analíticos das tecnicidades, acabamos principiando alguns dos sentidos construídos pelos jovens, posteriormente desenvolvidos em maior profundidade a partir da lente da mediação narrativas.

Nos atentar aos elementos discursivos, visuais e de performance permitiu identificarmos as produções de sentidos e temáticas acionadas e, por fim, concluir que a *trend Recebidos da Enchente* perpassa a mediação das narrativas enquanto uma construção coletiva de sentidos. Cujas especificidades se dão no seu contexto: em meio a um desastre. Mas também partindo de referenciais e competências técnicas previamente articuladas pelos jovens nos seus usos cotidianos com as mídias digitais. Por fim, o último objetivo contemplou a análise das construções de sentido articuladas pelos jovens a partir dos vídeos da *trend*. Neste sentido, o desenvolvimento dos objetivos anteriores, em sua articulação teórico-metodológica, possibilitou a completude deste último. Identificamos que a resiliência, o humor, a ironia, o consumo e a gratidão foram temáticas centrais nos conteúdos produzidos pelos produtores a partir da triangulação dos objetivos.

Consideramos, portanto, que as contribuições desta pesquisa residem na ampliação do olhar para os jovens e suas práticas com as tecnologias em um contexto de desastre, propondo uma perspectiva que enfatiza a hibridização entre os sentidos que elaboramos no item 4.2.4, que articula a *trend* enquanto construção coletiva. Percebemos que os jovens ocupam as mídias digitais enquanto testemunhas-criadores “criando maneiras de interpretar e testemunhar a história de baixo para cima” (Divon e Ebbrecht-Hartmann, 2022, p. 4, tradução nossa⁵³), inferindo, assim, na construção discursiva sobre o desastre. Salientamos, a partir de Oliveira e Morais (2018) a noção de resiliência comunitária, processo subjetivo e social que “consiste nos processos grupais de enfrentamento e adaptação aos desafios coletivos” (p. 1733) e dialoga diretamente com os sentidos construídos a partir das práticas dos jovens da *trend Recebidos da Enchente*.

Relembrando os achados na revisão narrativa, concluímos este trabalho com a certeza de também articular novas formas para se olhar para sentidos construídos em contextos de desastre, convidando futuras pesquisas a explorar essas dinâmicas em outras plataformas e desastres. Ressaltamos que outras vias para acessar a agência dos jovens com mídias digitais na *trend Recebidos da Enchente* não puderam ser exploradas, devido ao escopo delimitado e às limitações de uma pesquisa de mestrado. Para estudos futuros, pretendemos investigar também os comentários, as interações geradas pelos vídeos e possíveis entrevistas com os próprios jovens-criadores.

⁵³ [...] testimony-producers, creating bottom-up ways of interpreting and witnessing history.

Metodologicamente, a articulação de um objeto audiovisual originário de uma plataforma como o TikTok demandou criatividade e expansão referencial para contemplar as suas especificidades. O protocolo de análise de dados buscou levar em conta tais características da plataforma, dos materiais e do vínculo da pesquisa com as mediações tecnicidades e narrativas. A partir do protocolo, foi possível realizar o exercício descritivo dos vídeos de forma exaustiva até alcançar o resultado que disponibilizamos nos anexos: objetividade analítica e identificação de padrões de sentido. Constitui, assim, uma ferramenta replicável para análise de objetos similares por outras(os) pesquisadoras(es) em suas jornadas de investigação.

É interessante situar, também, o lugar da pesquisadora na estrutura e resultados que contornam essa pesquisa. Conforme explicado anteriormente, a *trend* foi descoberta a partir dos usos cotidianos feitos pela mestrandia no seu TikTok. Isso significa que os algoritmos de recomendação enviaram este vídeo para a sua *For You*, mas foi, possivelmente, a decisão de curtir o vídeo que fez com que outros vídeos da *trend* continuassem a ser recomendados. Dessa forma, o agenciamento desta usuária em interagir com conteúdos que lhe interessam, de forma autônoma, é estruturante do que essa pesquisa é hoje. Além da maneira como o encontro com o objeto se deu, a leitura feita das *trends* dentro da *trend* também partem de repertórios específicos que uma usuária da rede social articula, ocupando uma posição de mediadora situada (Deslandes; Cruz Neto; Minayo, 1994). Assim, os leitores desta pesquisa podem assistir aos mesmos vídeos e ativar seus próprios referenciais, que os levam a novas interpretações

Além das contribuições teóricas, este estudo avança metodologicamente ao demonstrar a potência da análise narrativa audiovisual para desvelar camadas de sentido em conteúdos das redes sociais. Diferente de abordagens quantitativas que priorizam métricas algorítmicas, optamos por uma triangulação qualitativa que cruza elementos visuais, legendas, performances e outros elementos constitutivos dos vídeos da *trend*. Essa escolha, inspirada nas mediações de Martín-Barbero, revela como os jovens tecem narrativas que interpelam o desastre não como evento isolado, mas como fluxo contínuo de construções significativas cotidianas com as tecnologias.

Em termos práticos, os achados iluminam caminhos para que se compreenda as práticas culturais juvenis enquanto recursos ricos para a compreensão social. Ao evidenciar como a *trend* transforma com humor as enchentes, destacamos que é preciso estar aberto para

o que o objeto nos diz, sem induzir inferências a ele por se tratar deste ou daquele grupo social. Por fim, reiteramos que abrimos horizontes para investigações futuras que expandam esta análise de outras formas, articulando os seus comentários ou conversando com os jovens. Em um Brasil marcado por crescentes desastres climáticos, urge a constituição de práticas que busquem compreender o que os jovens, grupo diretamente afetado pelos acontecimentos, produzem e articulam sobre o que vivenciam.

REFERÊNCIAS

- ABRÃO, Jorge Antonio M. A produção acadêmica em Comunicação sobre o TikTok no Brasil. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 16., 2023, Santa Maria. **Anais** [...]. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2023. Disponível em: <https://www.abciber.org.br/anais>. Acesso em: 15 abr. 2025.
- AGÊNCIA BRASIL. **População de baixa renda foi mais atingida pelas enchentes no RS**. Rádio Agência Nacional, 29 maio 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/geral/audio/2024-05/populacao-de-baixa-renda-foi-mais-atingida-pelas-enchentes-no-rs>. Acesso em: 30 out. 2024.
- ALVARADO, Salomón; FONSECA, Marcela; SÁNCHEZ, Juan Carlos; VÁSQUEZ, Juan Sebastián. Estudios de juventudes: una revisión de investigaciones en América Latina (2000-2020). **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales**, Niñez y Juventud, Manizales, v. 19, n. 2, p. 1–26, mayo/ago. 2021. DOI: <https://doi.org/10.11600/1692715x.1922425042021>.
- AMARAL, Márcia Franz.; QUEVEDO, Josemari Poerschke; SOUZA, Elise. Evento climático Extremo E Vulnerabilidades: A comunicação De Um Desastre No Twitter. **Intexto**, Porto Alegre, n. 56, janeiro de 2024, DOI: 10.19132/1807-8583.56.135975.
- ANZALDÚA, Glória. **Borderlands/La frontera: The new mestiza**. San Francisco: Spinsters/Aunt L., 1987.
- ARAÚJO, Eliany Alvarenga de; Melo, Ana Virginia Chaves de. Capital Informacional e construção do poder simbólico: Uma proposta epistemológica a partir de Pierre Bourdieu. In: VIII ENANCIB, 2007, Salvador. **Anais do VIII ENANCIB**. Salvador/BA: Editora da UFBA, 2007. v. 1. p. 28-47. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/171478>. Acesso em: 30 out. 2024.
- BARLOW, John Perry. **A Declaration of the Independence of Cyberspace**. 8. fev. 1996. Disponível em: <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>. Acesso em: 30 out. 2024.
- BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BAUER, Martin. W.; GASKELL, George. (Org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, p. 64-89, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552004000200016>.
- BBC. **Os gráficos e imagens que mostram dimensão da tragédia das chuvas no Rio Grande do Sul**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c72p96eqkvxo>. Acesso em 20 out. 2024.
- BENETTI, Marcia. **A ironia como estratégia discursiva da revista** São Paulo: Veja. Líbero, ano X, n. 20, p. 35-46, dez. 2007.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERGER, Jonah. **Contágio: Por que as coisas pegam**. Rio de Janeiro: Leya, 2014.

BERNARD, Andreas. **The Theory of the Hashtag**. Ed.1a Reino Unido: Polity Press, 2019.

BERNSTEIN, Basil. **Pedagogy, Symbolic Control and Identity**. London: Taylor and Francis, 1995.

BIDDLE, Sam; RIBEIRO, Paulo Victor; DIAS, Tatiana. **“EXCLUSIVO: TikTok escondeu ‘feios’ e favelas para atrair novos usuários e censurou posts políticos”**. The Intercept Brasil, São Paulo, 16 mar. 2020. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2020/03/16/tiktok-censurou-rostos-feios-e-favelas-para-atrair-novos-usuarios/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **Razones prácticas sobre la Teoría De La Acción**. Barcelona: Letra, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Fim de Tempo, 2003.

BOYD, Danah. **It’s complicated: the social lives of networked teens**. New Haven: Yale university press, 2014.

BRASIL. **Promulgada emenda constitucional do teto dos gastos públicos**. Agência Câmara Notícias, Brasília, 15 dez. 2016a. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/505250-promulgada-emenda-constitucional-do-teto-dos-gastos-publicos>. Acesso em: 20 jan. 2025.

BRASIL. **Medida Provisória nº 746, de 22 de setembro de 2016. Altera dispositivos da Lei n. 9.394/1996 (LDB) e institui a política de fomento às escolas de ensino médio em tempo integral**. In: Portal do Congresso Nacional. Comissão Mista da Medida Provisória nº 746/2016, Brasília, 22 set. 2016b.

BRASIL. **População do Brasil chega a 212,6 milhões de habitantes, aponta IBGE**. Portal SECOM, Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/08/populacao-do-brasil-chega-a-212-6-milhoes-de-habitantes-aponta-ibge>. Acesso em: 20 jan. 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom). **Crianças, adolescentes e TICs**. Brasília, DF, [2024c]. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/uso-de-telas-por-criancas-e-adolescentes/guia/recursos-extras/pesquisas-e-outros-numeros>. Acesso em: 14 jan. 2026.

BRIGNOL, Liliane Dutra. **Migrações transnacionais e usos sociais da internet: identidades e cidadania na diáspora latino-americana**. 2010. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2010.

BRIGNOL, Liliane Dutra; COGO, Denise; MARTÍNEZ, Silvia Lago. In: **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural** - diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Editor: Omar Rincón. Organizadoras: Nilda Jacks, Daniela Schmitz, Laura Wottrich. Traducción al español: Fabrícia Reginato. Quito, Equador: Ediciones Ciespal, 2019, p. 286-187214.

BRITO, Rosaly de Seixas. Narrativas Virtuais Juvenis: Fronteiras Fluidas. **Contracampo**, Niterói, v. 35, n. 02, pp. 13-32, ago./ nov., 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.20505/contracampo.v35i2.93>.

BUCHER, Taina. The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 1, p. 30-44, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1154086.

CALLIGARIS, Contardo. **A adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2009.

CAMPOS, Ricardo. Juventude e visualidade no mundo contemporâneo: Uma reflexão em torno da imagem nas culturas juvenis. **Sociologia, Problemas e Práticas**. N.63. 2010. p. 113– 137. Disponível em: http://scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292010000200007&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 22 jan. 2025.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Heloísa Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1998. 392 p.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

CANCLINI, Néstor García. **Cidadãos substituídos por algoritmos**. Tradução de Diego A. Molina. São Paulo: EdUSP, 2021. 212 p.

CARRIJO, Ana Júlia de Freitas. **Experiências comunicativas de adolescentes goianos na cultura digital: uma análise etnográfica dos usos sociais do YouTube e do Instagram**. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFMG-2_d55b9eee8495e22a6130aef93aadde47. Acesso em: 2 dez. 2025.

CARRIJO, Ana Júlia de Freitas; SATLER, Lara Lima. Performance na comunicação e mediações culturais. In: Lara Lima Satler; Daniel Christino; Lisandro Nogueira; Rodrigo Cássio Oliveira. (Org.). **Performances, mídia e cinema**. 1ed. Goiânia: Editora da Imprensa Universitária, 2019, v. 1, p. 306-324.

CARRIJO, Ana Júlia de Freitas; SATLER, Lara Lima. Padrões de performance no Instagram na experiência de adolescentes goianos. **Revista ECO-PÓS (ONLINE)**, v. 24, p. 381-402, 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27666. Acesso em: 8 out. 2025.

CARRIJO, Ana Júlia de Freitas; ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Algoritmos e cultura digital: interlocuções com a pesquisa latino-americana. *Revista FAMECOS*, 31(1), 2024. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2024.1.44941>.

CARRERA, Fernanda. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *E-compós*, v. 24, 2021. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198/2025>. Acesso em: 8 out. 2025.

CARVALHO, Flaviane Faria. Semiótica social da imagem em movimento nas mídias sociais: uma análise das estratégias discursivas de popularização da ciência em um vídeo do TikTok. *Trabalhos Em Linguística Aplicada*, v. 64, p. 1-21, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/01031813v6420258674566>.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Tradução por Carlos Alberto Medeiros. 2a edição, Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**, 1: artes de fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CNN BRASIL. **Enchentes no RS deixam mais de 381 mil estudantes sem aulas**. [s.l.], 6 maio 2024a. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/enchentes-no-rs-deixam-mais-de-381-mil-estudantes-sem-aulas/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

CNN BRASIL. **Enchentes no RS: mais de 10 mil crianças e adolescentes estão em abrigos**. [s.l.], 15 maio 2024b. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/enchentes-no-rs-mais-de-10-mil-criancas-e-adolescentes-estao-em-abrigos/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. **The costs of connection**: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford University Press, 2019.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo. 2016.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução Marcelo Backes. 11. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.

DESLANDES, Suely Ferreira; CRUZ NETO, Otávio; GOMES, Romeu; MINAYO, Maria Cecília de Souza (orgs.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DIVON, Tom; EBBRECHT-HARTMANN, Tobias. **“On TikTok, everything needs to be playful, even the Holocaust!”**: Playability, memes, and participatory memory culture. *New Media & Society*, v. –, p. 32, oct. 2025. DOI: 10.1177/14614448251356453.

DU GAY, P. et al. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Os estudos culturais. In: Hohlfeldt, Antonio, Martino, Luiz et al.. (Org.). **Teorias da Comunicação - Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001, v. , p. 151-170.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Os estudos culturais. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Narrativas pessoais midiaticizadas: uma proposta para o estudo de práticas orientadas pela mídia. *Revista FAMECOS (Online)*, v. 18, p. 198-211, 2011. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2011.1.8806>.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena; CARRIJO, Ana Júlia de Freitas. Pensar “latino-americanamente” os algoritmos e as plataformas: as contribuições de Jesús Martín-Barbero. **PalabraClave**, v. 28, n. 2, 2025. DOI: <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.2.8>.

ESQUERDA DIÁRIO. **Conheça 12 pontos da Reforma Trabalhista que rasgam a Constituição e nossos Direitos**. *Esquerda Diário*, São Paulo, 2015a. Disponível em: https://www.esquerdadiario.com.br/spip.php?id_article=16458&page=gacetilla-articulo. Acesso em: 25 de mai.

ESQUERDA DIÁRIO. **Lula sanciona Arcabouço Fiscal, o novo teto que limita investimentos públicos a favor dos banqueiros**. *Esquerda Diário*, São Paulo, 2015b. Disponível em: https://www.esquerdadiario.com.br/spip.php?id_article=55649&page=gacetilla-articulo. Acesso em: 15 de jul.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLOR, Tainá de Oliveira; GONÇALVES, Antônio José da Silva; VINHOLI JÚNIOR, Airton José; TRAJANO, Valéria da Silva. **Revisões de literatura como métodos de pesquisa: aproximações e divergências**. Trabalho acadêmico, [s. l.], 2021 Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/76913>. Acesso em: 10 nov. 2023.

FLORENCE, Valentina; KUHN, Valentina; MONTAGNER, Diego Wander. Enchentes no RS e influência digital: mapeamento das iniciativas de enfrentamento pelos 15 influenciadores mais queridos do Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 47., 2024, Itajaí. **Anais eletrônicos**. São Paulo: Intercom, 2024. Disponível em: <https://www.intercom.org.br>. Acesso em: 28 mai. 2025.

FREITAS, Mariana José Silva. **Muito além da dancinha**: as apropriações do tiktok para o compartilhamento da leitura. 2023. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/30479> . Acesso em: 2 jan. 2026.

FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO. **QEdu Juventudes e Trabalho: novos dados permitem retrato atualizado dos jovens do Brasil**. Fundação Roberto Marinho, Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.frm.org.br/conteudo/educacao-basica/noticia/qedu-juventudes-e-trabalho-novos-dados-permitem-retrato-atualizado>.

G1. **Número de famílias em situação de pobreza sobe 15 % no RS após enchentes**. Rio Grande do Sul, 25 dez. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/12/25/numero-de-familias-em-situacao-de-pobreza-sobe-15percent-no-rs-apos-enchentes.ghtml>. Acesso em: 15 jan. 2025.

GIBSON, James J. **The ecological approach to visual perception**. Boston: Houghton Mifflin, 1979.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. 248 p.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the Internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media**. New Haven; London: Yale University Press, 2018. ISBN 978-0300173130.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.

GUIMARÃES, Priscila; GROppo, Luís Antônio. Quando juventude não é apenas uma palavra: uma releitura do conceito a partir de seus usos. **Revista Fênix - Revista de História e Estudos Culturais**, Uberlândia, v. 19, n. 2, p. 1–22, jul./dez. 2022. Disponível em: <https://www.revistafenix.pro.br/revistafenix/article/view/1486>.

HABERMAS, Jürgen. **Conhecimento e interesse**. São Paulo: Editora Unesp; Vozes, 1987.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio Apicuri, 2016.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Luciana Panke. Sujeitos juvenis e protagonismo social em Jesús Martín-Barbero. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 147–158, jan./abr. 2017. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v22i1p147-158>.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. Tradução Susana Alexandria. – 2a ed. – São Paulo : Aleph, 2009.

JOHNSON, Telma. **Pesquisa social mediada por computador**: Questões, metodologia e técnicas qualitativas. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

KARHAWI, Issaaf.; ARAUJO, Willian Fernandes. Bora monetizar!?: trocas de engajamento e a busca coletiva por visibilidade no TikTok. In: 34º Encontro Anual da COMPÓS, 2025, Curitiba. **Anais [...]**, 2025. v. 34. p. 1-24.

LAZZARATO. **Signos, máquinas, subjetividades**. São Paulo: Edições Sesc, 2014.

LIALI, Nicholle Ferreira Murmel; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo; BORGES, Maria Manuel. Por trás dos termos e condições: discursos implícitos nos textos institucionais do TikTok. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 30, fluxo contínuo, 2025. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/53291>. Acesso em: 16 dez. 2026.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996. 157 p.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documento de pesquisa. In: bauer, Martin; GASKELL, George (Orgs.), **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático (2a ed., Pedrinho A. Guareschi, trad., pp. 137-155). Vozes, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação**. Intexto, Porto Alegre, n. 43, p. 14–23, set./dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Ed. Loyola, 1990.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2a edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004. 478 p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. As formas mestiças da mídia. **Pesquisa FAPESP Online**, edição 163, p. 10-15, setembro 2009 Entrevista concedida à Mariluce Moura.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: 3 introduções**. Tradução de Fernanda Castilho e Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Matrizes*, v. 12, n. 1, p. 9-31, jan./abr. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p9-31>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUNHOZ, Sonia (Coord.). **Televisión y melodrama**: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Anthropos e Universidad Autónoma Metropolitana de México, 2010. Obra com a terceira introdução.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Identidades: tradiciones y nuevas comunidades. **Comunicação e Política**, Rio de Janeiro, v. IX, n.1, p.165-189, v. IX, n. 1, jan-abril, 2002. p. 165-189. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2017.2.25435>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Teenagers as social agents. **Peace Review Journal**, v. 9, n. 4. University of San Francisco, California, 1997a. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2017.2.25435>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Prefácio de Néstor García Canclini. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997b.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad. In: MARGULIS, Mario et al.. **‘Viviendo a toda’**: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 1998. p. 22-37.

MARQUES, Camila da Silva; ROSA, Otavio Chagas. Do texto ao contexto: estudos de recepção e as contribuições dos Estudos Culturais Latinoamericanos. In: SATLER, Lara; PAVAN, Ricardo; OLIVEIRA, Vania de. (Org.). **Performances da Recepção**. 1ed. Goiás: Cegraf UFG, 2022, v. 1, p. 322-347.

MEDEIROS, Rosana Fachel de. Os jovens como produtores de cultura visual: visualidades contemporâneas. **Anais ANPAP 2016**. Comitê de Educação em Artes Visuais.

MELTWATER; WE ARE SOCIAL. **Digital 2025**: Global Overview Report. DataReportal, 5 fev. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>. Acesso em: 28 jul. 2025.

OBSERVATÓRIO DA JUVENTUDE. **Juventudes**: culturas juvenis e cibercultura. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação, 2022. Disponível em: <https://observatoriodajuventude.ufmg.br/wp-content/uploads/2022/10/Juventudes-culturas-juvenis-e-cibercultura.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2026.

OJALA, Mikko; RIPATTI, Harri; TORNIAINEN, Saara. **Where is the public of networked publics? A critical analysis of the theoretical approaches**. Media and Communication, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 86–97, 2023. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.6044>.

PIENIZ, M. e CENCI, M. (2019). Tecnicidades: de las mediaciones comunicativas de la cultura a las mutaciones culturales. Em N. Jacks, D. Schmitz e L. Wottrich (Eds.), Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero (pp. 137-160). Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

OLIVEIRA, Ana Tercila Campos; MORAIS, Normanda Araujo de. **Resiliência comunitária**: um estudo de revisão integrativa da literatura. Ribeirão Preto: Trends in Psychology / Temas em Psicologia. v. 26, n. 4, p. 1731-1745, dez. 2018. DOI: 10.9788/TP2018.4-02Pt.

OLIVEIRA, Michele Mezari; GIACOMAZZO, Graziela Fatima. **Juventude e cultura digital**: reflexões a partir do gênero textual meme. Goiânia: Revista Inter-Ação, v. 49, n. 1, p. 261-279, 2024. DOI: 10.5216/ia.v49i1.76606. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/interacao/article/view/76606>. Acesso em: 27 out. 2025.

OLIVEIRA-CRUZ, Milena Carvalho Bezerra Freire de; RONSINI, Veneza Mayora. **Classe média anunciada**: representações de classe e distinção social no discurso publicitário. São Paulo: Galáxia (São Paulo, Online), n. 23, p. 72-85, jun. 2012.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. Fronteiras, v. 22, n. 1, p. 8-25, 2020. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>.

PURIS, Katie. **Introducing TikTok For Business**. Newsroom.tiktok.com. 2020. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/introducing-tiktokfor-business>. Acesso em: 17 fev 2025.

PRODANOV, Cláudia Cristina; FREITAS, Eliana Cristina. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. **On the Horizon**, v. 9, 2001. Disponível em: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Acesso em: 6 mar. 2025.

RAUBER, Luis Henrique. TIKTOK: O que está acontecendo aqui?. In: Compós, 2021. **Anais do 30º Encontro Anual Da Compós**, 2021.

REGUILLO, Rossana. **Emergencia de las culturas juveniles**. 1. ed. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2000.

RICAURTE, Patricia. Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. **Television & New Media**, v. 20, n. 4, p. 350-365, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>.

RICAURTE, Patricia. Ethics for the majority world: AI and the question of violence at scale. **Media, Culture & Society**, v. 44, n. 4, p. 726-745, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/01634437221084445>.

RIO GRANDE DO SUL. **Defesa Civil atualiza balanço das enchentes no RS – 20/8**.

Disponível em:

<https://www.estado.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-20-8>. Acesso em: 20 out. 2024.

RINCÓN, Omar. Mapa Insomne 2017: Ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito, Ecuador: Ediciones Ciespal, 2019, p. 187-214.

RINCÓN, Omar; RODRÍGUEZ, Carlos. How can we tell the story of the Colombian war?: bastardized narratives and citizen celebrities. **Popular Communication**, v. 13, n. 2, p. 170-182, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1080/15405702.2015.1021468>.

RISK, Eduardo Name; SANTOS, Manoel Antônio dos. Estudos culturais, pesquisa qualitativa e mídias: critérios metodológicos para análise de dados audiovisuais. **Psicologia & Sociedade** (online), v. 33, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-0310/2021v33234657>.

RONSINI, Veneza V. Mayora. **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção)**. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2010.

ROSA, Rafael Rocha. Neoliberalismo, desdemocratização e subjetividade. **Argumento: revista de filosofia**, ano 11, n. 21 - Fortaleza, jan./jun. 2019. DOI: <https://doi.org/10.36517/Argumentos.2019.21.41051>

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In BAUER, Martin W.; GASKELL, George. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático** (2a ed., Pedrinho A. Guareschi, trad., pp. 343-364). Vozes, 2002.

RONSINI, Veneza Mayora. Apontamentos sobre classe social em um estudo de recepção. In: FREIRE FILHO, João; BORGES, Maria da Conceição Oliveira (org.). **Estudos de televisão: diálogos Brasil-Portugal**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 177-194.

ROSSI, Tulio Cunha. **O estereótipo da rebeldia na adolescência: uma abordagem sociológica**. 2007. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/VCSA-8BNSLH>. Acesso em: 4 mai. 2025.

RUSHKOFF, Douglas. **Playing the Future: What We Can Learn from Digital Kids**. New York: Penguin, 1996.

SCHECHNER, Richard. **Performance Studies: an introduction**. Nova Iorque: Routledge, 2002.

SCHMITZ, Daniela Maria. Consumo, sentidos, usos e apropriações nas pesquisas de recepção: nem tão sinônimos, nem tão distantes. **Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p. 255-275, 2015. DOI: 10.19132/1807-8583201534.255-275. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58546>. Acesso em: 4 de out. 2025.

SERELLE, Márcio. A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone. **Matrizes**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 75-90, maio/ago., 2016. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i2p75-90>.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL (RS). **Plataforma do Estado informa dados sobre abrigos temporários e centros humanitários de acolhimento**. Porto Alegre: Governo do Estado do Rio Grande do Sul, 2024.

Disponível em:

<https://social.rs.gov.br/plataforma-do-estado-informa-dados-sobre-abrigos-temporarios-e-centros-humanitarios-de-acolhimento>. Acesso em: 20 out. 2024.

SILES, Ignacio; GÓMEZ-CRUZ, Edgar; RICAURTE, Paola. Rumo a uma teoria popular de algoritmos. **Mídia e Cotidiano**, v. 18, n. 2, p. 87-108, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22409/rmc.v18i2.63057>.

SILVA, Claudiene Diniz da. **Hashtags sob o viés da semântica da enunciação**. 2017. Tese (Doutorado em Estudos Literários) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017. Disponível em:

<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/LETR-AX2J6S>. Acesso em: 06 mar. 2025.

SILVA, Ana Pereira; BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. Narrativa(s) como estratégia(s) de comunicabilidade. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. Quito, Ecuador: Ediciones Ciespal, 2019, p. 161-186.

SLACK, Jennifer Daryl; HRISTOVA, Stefka. Why we need the concept of algorithmic culture. In: HRISTOVA, Stefka; HONG, Soonkwan; SLACK, Jennifer Daryl (Orgs.).

Algorithmic culture: how big data and artificial intelligence are transforming everyday life. Lanham: Lexington Books, 2020. p. 15–34. Disponível em:

<https://dokumen.pub/algorithmic-culture-how-big-data-and-artificial-intelligence-are-transforming-everyday-life-1793635730-9781793635730-9781793635747.html>. Acesso em: 6 mar. 2025.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TIKTOK. **Programa de Recompensas do Criador**. TikTok. 2026. Disponível em:

<https://www.tiktok.com/creator-academy/article/creator-rewards-program/?lang=pt-BR>. Acesso em: 14 fev 2025.

TIKTOK. **Quem Somos | TikTok - Real Short Videos**. TikTok. 2025a. Disponível em:

https://www.tiktok.com/about?lang=pt_BR. Acesso em: 14 fev 2025.

TIKTOK. **Termos de Serviço. TikTok**. 2025b. Disponível em:

<https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR>. Acesso em: 5 fev 2025.

THOMPSON, John. **A interação mediada na era digital**. Matrizes, São Paulo, v. 12, n. 3, set./dez., p. 17-44, 2018.

VALENCIO, Norma (Org.). **Sociologia dos desastres: construção, interfaces e perspectivas no Brasil** – Volume III. São Carlos: RiMa Editora, 2013. 358 p.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **Platform society: public values in a connective world**. Nova York: Oxford University Press, 2018.

VELLEDA, Luciano. **Em processo de sucateamento, governo Melo retém R\$ 400 milhões no caixa do Dmae**. Sul 21, Porto Alegre, 11 maio 2024. Disponível em: <https://sul21.com.br/noticias/geral/2024/05/em-processo-de-sucateamento-governo-melo-rete-m-r-400-milhoes-no-caixa-do-dmae/>. Acesso em: 22 mai. 2025.

WALKER, Chris Stokel. **TikTok Boom: Um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais**. ED.1a São Paulo, Intrínseca, 2022.

WINOCUR, Rosalía. **Robinson Crusoe ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre**. México: Siglo XXI Editores; Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009.

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna; SANTOS, Luís Henrique Sacchi dos; RIPOLL, Daniela. Apontamentos sobre os Estudos Culturais no Brasil. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 44, n. 4, 2019. Disponível em: [https://www.scielo.br/j/edreal/a/SYYp5qDJr5CMKtJTb9mNNmf/?format=pdf\(=pt](https://www.scielo.br/j/edreal/a/SYYp5qDJr5CMKtJTb9mNNmf/?format=pdf(=pt). Acesso em: 30 ago. 2025.

WOTTRICH, Laura. **Atravessamentos metodológicos da pesquisa em Comunicação. INTERCOM: Revista Brasileira De Ciências Da Comunicação**, v. 44, p. 1-13, 2021. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3784>. Acesso em: 6 mar. 2025.

WOTTRICH, Laura; ROSÁRIO, Nísia Martins do. (Orgs.). **Experiências metodológicas na Comunicação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

APÊNDICE A — DETALHAMENTO DO CORPUS A PARTIR DO PROTOCOLO DE ANÁLISE

VÍDEO A

EIXO A: Técnicas (Competências técnicas e culturais na plataforma)

A.1 Uso de ferramentas: Texto sobreposto, legenda, música da biblioteca do TikTok

A.1.1 Utilização de sons e recursos sonoros: ‘Baby eu tava na rua da água’ (Davi Kneip) = funk BH recontextualizado. Transcrição do trecho da música: baby eu tava na rua da água, de glock, de radin, cê me avistou do nada. Chegou com os papinhos.

A.2 Criatividade na plataforma: Articulação de uma música, do gênero funk, que fala sobre estar na rua da água, fazendo alusão a estar nas localidades atingidas pela enchente. A escolha por esta música, também feita em outros vídeos, trás uma camada de ressignificação cultural de uma canção utilizada, inicialmente, por outros usuários que participam de *trends* também relacionadas a mostrar suas roupas e estilos de vestimenta. Além da construção narrativa, também contribui para potencializar a visibilidade do vídeo, tendo em vista que esta é uma música com altos índices de reprodução dentro do TikTok.

A.3 Estratégias de visibilidade: Como mencionado, há uma centralidade de potencial de viralização na utilização de um áudio viral (A música ‘Baby eu tava na rua da água’, de Davi Kneip). Utilizar áudios em alta na plataforma faz com que o vídeo, automaticamente, passe a integrar a biblioteca com todos os outros conteúdos que também fizeram uso de tal música. Além disso, por se tratar de um vídeo curto (12 segundos), há um maior encaixe no formato já consolidado como de sucesso dentro do TikTok.

A.4 Referências culturais:

- “Drip do mlk” = gíria TikTok nacional originada do contexto da moda e do Hip Hop, comumente utilizado para descrever alguém estiloso⁵⁴
- Funk adaptado ao contexto das enchentes

EIXO B: Narrativas (Elementos discursivos, estéticos e de performance)

⁵⁴ O estilo drip: A nova tendência da moda urbana. Disponível em: <https://revistadb.com.br/o-estilo-drip-a-nova-tendencia-da-moda-urbana/>.

B.1 Produção de sentidos e temáticas em diálogo com e para além do desastre:

Resiliência irônica + humor pós-desastre

- “Mais estiloso AGORA do que ANTES da enchente”= inversão temporal positiva do desastre
- Humor autodepreciativo valoriza as doações: roupa doada é melhor que a roupa perdida

B.2 Construção visual e de performance: Naturalidade espontânea (não olha câmera) + contexto real de abrigo

- Autenticidade performática (Goffman): “backstage” familiar filmado disfarçadamente
- Ao fundo: pessoas mexendo sacolas = captura de uma situação cotidiana de maneira espontânea

B.3 Delimitação temporal: Menção da enchente a partir da referência às doações recebidas no texto sobreposto ao vídeo

B.4 Construção coletiva de sentidos: Referência às doações no texto sobreposto e articulação visual a esse sentido ao filmar e dar protagonismo às roupas utilizadas. Formato viral da *trend* a partir do vídeo curto, acionamentos de menções às enchentes e legenda reforçando piada sobre o jovem estar mais estiloso a partir das roupas doadas.

VÍDEO B

EIXO A: Técnicas (Competências técnicas e culturais na plataforma)

A.1 Uso de ferramentas: texto sobreposto (Pov: as roupas das doações estão melhores que as roupas que eu perdi na enchente), *slow motion* (câmera lenta), legenda, *hashtags* (Eu tava necessitandoKKKK#vaiprofycaramba #enchente @Nike) e música da biblioteca de áudios do TikTok

A.1.1 Utilização de sons e recursos sonoros: LET'S GO 2', do MC IG, com participação de DJ GBR, MC Ryan SP, MC Hariel, MC Marks, MC Don Juan, MC PH, MC Kadu e MC Luki). Transcrição da música: jovens milionários, é os moleque empresário que veio da favela. Sem adversário, chega até a ser hilário, então acende aquela vela.

A.2 Criatividade na plataforma: utilização do formato de mostrar itens/produtos. Articulação de uma música, do gênero funk, que fala sobre ascensão social, enriquecimento e itens de luxo, simbolizando a ironia de obter itens de marca e de estética desejada após perder

seus pertences pessoais nas enchentes. A escolha por esta música, também feita em outros vídeos, trás uma camada de ressignificação cultural de uma canção utilizada, inicialmente, por outros usuários que participam de *trends* também relacionadas a mostrar suas roupas e estilos de vestimenta. Além da construção narrativa, também contribui para potencializar a visibilidade do vídeo, tendo em vista que esta é uma música com altos índices de reprodução dentro do TikTok.

A.3 Estratégias de visibilidade: como mencionado, há uma centralidade de potencial de viralização na utilização de um áudio viral (A música 'Let's Go 2', de autoria de diversos cantores de funk). Utilizar áudios em alta na plataforma faz com que o vídeo, automaticamente, passe a integrar a biblioteca com todos os outros conteúdos que também fizeram uso de tal música. Além disso, por se tratar de um vídeo curto (9 segundos), há um maior encaixe no formato já consolidado como de sucesso dentro do TikTok. A usuária também utiliza de hashtags e da menção direta ao perfil da marca Nike (@nike) na legenda.

A.4 Referências culturais:

- Marcas globais (Nike/Barcelona FC/Forever 21) + funk favela = hibridismo de classe e sentidos referentes a ascensão social por meio do estabelecimento do acesso ao consumo
- Funk adaptado ao contexto das enchentes

EIXO B: Narrativas (Elementos discursivos, estéticos e de performance)

B.1 Produção de sentidos e temáticas em diálogo com e para além do desastre:

Resiliência ostentativa irônica + humor pós-desastre + inversão socioeconômica + expressão de gratidão à qualidade dos itens doados

- "Roupas das doações > roupas que eu perdi" = desastre vira *upgrade fashion*
- POV de consumo para mostrar produtos
- Humor autodepreciativo valoriza as doações: roupa doada é melhor que a roupa perdida

B.2 Construção visual e de performance: Ausência humana = enfoque nos produtos e nas suas marcas + câmera lenta sobre marcas = performance dos objetos

- Nike/Barcelona/Forever 21 personificados como melhorias nos itens que se possui
- Etiquetas em evidência = capital simbólico das doações que dialoga com os sentidos acionados pela música veiculada no vídeo

B.3 Delimitação temporal: menção à enchente a partir da referência às doações recebidas no texto sobreposto ao vídeo e na *hashtag* #enchente veiculada na legenda

B.4 Construção coletiva de sentidos: referência às doações no texto sobreposto e na legenda via *hashtag*. Articulação visual a esse sentido ao filmar e dar protagonismo aos itens recebidos. Formato viral da *trend* a partir do vídeo curto, acionamentos de menções às enchentes e legenda reforçando piada sobre estar necessitando itens de melhor qualidade.

VÍDEO C

EIXO A: Tecnicidades (Competências técnicas e culturais na plataforma)

A.1 Uso de ferramentas: texto sobreposto (Roupas que ganhei da doação), cortes de transição, legenda e hashtags (RS é nois 🤝 valeu Ulbra ❤️🤝#reels) e música da biblioteca de áudios do TikTok.

A.1.1 Utilização de sons e recursos sonoros: Música ‘How Deep is Your Love’, do DJ escocês Calvin Harris, gênero musical house.

A.2 Criatividade na plataforma: formato de *fashion haul* (Fonte: <https://www.aboutprstudio.com/blog/what-is-a-haul/>) para mostrar as roupas recebidas das doações; mostra-se roupas femininas, vestidas por um jovem, o que causa potencialidade humorística acionando a impressão de que as roupas doadas não são “personalizáveis” aos estilos pessoais de quem as recebe. Ainda assim, o jovem posa com diferentes peças de roupas expressando desenvoltura e confiança com o que veste.

A.3 Estratégias de visibilidade: utiliza-se um áudio popular na plataforma (‘How Deep is Your Love’, do DJ Calvin Harris). Utilizar áudios em alta na plataforma faz com que o vídeo, automaticamente, passe a integrar a biblioteca com todos os outros conteúdos que também fizeram uso de tal música. Além disso, por se tratar de um vídeo curto (30 segundos), há um maior encaixe no formato já consolidado como de sucesso dentro do TikTok. O usuário também utiliza da *hashtag* #reels, ferramenta de vídeos do Instagram.

A.4 Referências culturais:

- “RS é nois” = interação com a regionalidade
- “valeu Ulbra” = gratidão expressa sobre um dos abrigos emergenciais estabelecidos durante as enchentes e onde as doações eram distribuídas. Faz uma referência local e regional a cidade de Canoas, na região metropolitana.
- #reels = reconhecimento algoritmo Instagram-TikTok

EIXO B: Narrativas (Elementos discursivos, estéticos e de performance)

B.1 Produção de sentidos e temáticas em diálogo com e para além do desastre:

Resiliência humorística irônica a partir do desfile de roupas recebidas + identidade coletiva gaúcha a partir da legenda

- “Roupas que ganhei” + “RS é nois 🇧🇷” = gratidão ritualizada como orgulho regional
- “valei Ulbra” = menção de uma instituição local

B.2 Construção visual e de performance: Desfile profissional improvisado (braços erguidos, giros, bolsa ajustada)

- Goffman: performance *frontstage* para audiência no TikTok
- Protagonismo corporificado para comunicar os sentidos acionados

B.3 Delimitação temporal: menção aos recebidos no texto sobreposto e da região na legenda.

B.4 Construção coletiva de sentidos: referência às doações e ao desastre no texto sobreposto e na legenda. Articulação visual a esse sentido ao filmar e dar protagonismo aos itens recebidos, os vestindo. Formato viral da *trend* a partir do vídeo curto, acionamentos de menções às enchentes e legenda reforçando resiliência humorística sobre o desafio coletivo.