

## “Seja bem-vinda ao lado LGBTQIA+ do TikTok”: Gêneros e sexualidades em mediações algorítmicas

*“Welcome to the LGBTQIA+ side of TikTok”: Genders and sexualities in algorithmic mediations*

*“Bienvenidas al lado LGBTQIA+ de TikTok”: Géneros y sexualidades en mediaciones algorítmicas*

 <https://doi.org/10.47456/simbitica.v10i3.39203>

### Daniella Chagas Mesquita

Doutoranda em Antropologia no Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Arqueologia da Universidade Federal do Paraná, Brasil. Atua como Professora Substituta junto ao Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). E-mail: [daniellacmesquitaf@hotmail.com](mailto:daniellacmesquitaf@hotmail.com)

#### RESUMO

A tela principal do aplicativo chinês TikTok, utilizado para criar e compartilhar vídeos curtos, é denominada “para você”, que é onde o algoritmo direciona vídeos, de acordo com o que pressupõe que seja interessante para a pessoa assistindo. O conteúdo convencional do TikTok é composto por desafios, coreografias e imitações de celebridades, além destes, há conteúdos alternativos que, ao serem direcionados pelo algoritmo, produzem o que as pessoas no aplicativo chamam de “lados”. Um destes *lados* do TikTok é o LGBTQIA+. Neste ensaio antropológico discuto como gênero e sexualidade são experienciados no *lado* LGBTQIA+ do TikTok. Ao final do texto considero que o algoritmo possibilita a interação, discussão e experimentação de gênero e sexualidade de maneiras mais fluidas, e que subvertem a expectativa da heteronormatividade.

**Palavras-chave:** tiktok, LGBTQIA+, gênero, sexualidade.

#### ABSTRACT

The main screen of the Chinese application TikTok, used to create and share short videos, is called “for you”, which is where the algorithm directs videos, according to what it assumes to be interesting to the person watching. TikTok's conventional content is composed of challenges, choreographies and celebrity impersonations, in addition to these, there is alternative content that, when directed by

the algorithm, produces what people in the application call “sides”. One of these *sides* of TikTok is LGBTQIA+. In this anthropological essay I discuss how gender and sexuality are experienced in the LGBTQIA+ *side* of TikTok. At the end of the text, I consider that the algorithm enables the interaction, discussion and experimentation of gender and sexuality in more fluid ways, which subvert the expectation of heteronormativity.

**Key words:** tiktok, LGBTQIA+, gender, sexuality.

#### RESUMEN

La pantalla principal de la aplicación china TikTok, que se usa para crear y compartir videos cortos, se llama la página “para ti”, que es donde el algoritmo dirige los videos, de acuerdo con lo que supone que es interesante para la persona que mira. El contenido convencional de TikTok se compone de desafíos, coreografías y imitaciones de celebridades, además de estos, hay contenido alternativo que, al ser dirigido por el algoritmo, produce lo que las personas en la aplicación llaman “lados”. Uno de estos *lados* de TikTok es LGBTQIA+. En este ensayo antropológico discuto cómo se vive el género y la sexualidad en el *lado* LGBTQIA+ del TikTok. Al final del texto considero que el algoritmo posibilita la interacción, discusión y experimentación del género y la sexualidad de formas más fluidas, que subvierten la expectativa de heteronormatividad.

**Palabras clave:** tiktok, LGBTQIA+, género, sexualidad.



## Introdução<sup>1</sup>

Em 2016 foi criado na China a mídia social TikTok, inicialmente denominado Musical.ly, utilizado para criar e compartilhar vídeos curtos. O aplicativo foi difundido internacionalmente apenas em 2019, sendo popular entre jovens e crianças em especial por desafios, coreografias e imitações de celebridades. O direcionamento algorítmico de vídeos que apresentam temáticas diferentes das três mais populares, produz o que emicamente é denominado *lados* do TikTok.

Em se tratando de uma categorização êmica, ou seja, produzida pelas próprias pessoas que se utilizam da mídia social, o TikTok não disponibilizou uma lista oficial de *lados*. Entretanto, a partir dos comentários nos vídeos a mim direcionados, pude elaborar uma lista de temáticas “guarda-chuva” que, de acordo com as próprias usuárias<sup>2</sup>, produziam estes *lados*: questões de gênero, sexualidade e raça/etnia; histórias de serviços de atendimento ao cliente; animais (de estimação ou silvestres); comentários sobre produções audiovisuais e outras artes; divulgação científica; saúde mental; receitas/culinária; plantas; moda; e organização e limpeza de casa.

Neste ensaio etnográfico apresento uma cartografia do *lado* LGBTQIA+ do TikTok, como proposto por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1996), com a criação de uma cartografia social, um método similar ao da cartografia geográfica de mapear territórios, ou, como diria Letícia Carolina Nascimento (2020), a construção de mapas sensíveis, uma geografia de afetos.

Para uma cartografia em ambiente digital, optei por perambular pela página principal do TikTok, conhecida como *for you page*, e mais especificamente, pelo *lado* LGBTQIA+ da *for you page* no TikTok. Segundo Débora Leitão e Laura Graziela Gomes (2017) as perambulações são especialmente interessantes em ambientes digitais que se assemelham a uma praça lotada, “percorrendo caminhos em meio à multidão de imagens e mensagens” (Leitão, Gomes, 2017:46).

Perambular favorece uma postura de “observação flutuante”, por deixar-se conduzir pelo inesperado, os encontros fortuitos, frequentando lugares de passagem sem um destino particular, enfatizando os trajetos percorridos, mais do que encontros intencionalmente planejados (Pétonnet, 2008 [1982] *apud* Leitão, Gomes, 2017).

Após mais de um ano despretensiosamente perambulando pelo *lado* LGBTQIA+ do TikTok, escrevo este ensaio, com o intuito de refletir de quais modos gênero e sexualidade são

---

<sup>1</sup> Uma primeira versão deste ensaio foi apresentada na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, no GT 13- “Antropologia Digital: processos, dinâmicas, usos, contra-usos e contenciosos em redes sociotécnicas”, coordenado pelas professoras Patrícia Pavesi (UFES) e Carolina Parreiras (Unicamp). Agradeço o espaço do GT pelas oportunidades de trocas. Agradeço igualmente a gentil leitura de Guilherme Jardim, mestrando em Ciência da Computação, no Instituto de Computação da Unicamp.

<sup>2</sup> As pessoas que se utilizam do aplicativo se identificam com diferentes identidades de gênero e adotam pronomes como ela/dela (feminino); ele/dele (masculino); e/ou elu/delu (neutro). Considerando que é necessária uma padronização para a escrita deste ensaio, e que pronomes neutros não são oficialmente aceitos dentro das normas acadêmicas, utilizo aqui o pronome feminino como universal, em uma proposta feminista.

experienciados no TikTok. Esta reflexão central se ramifica em três questões específicas: como as pessoas se auto-identificam como LGBTQIA+ através do TikTok? De que modo esta rede é habitada por elas? E que conteúdos de temática LGBTQIA+ são produzidos?

A fim de explorar estas questões, em uma abordagem teórica pós-estruturalista, na primeira parte do ensaio explico o funcionamento do aplicativo, de que maneiras as pessoas interagem nele e como isso possibilita esta experiência de *lados* em uma mesma plataforma digital. Na segunda parte discuto alguns dos vídeos mais comuns no *lado* LGBTQIA+ do TikTok, e analiso termos que são emicamente utilizados para falar sobre gênero e sexualidade. Destarte, o presente ensaio pode contribuir com o campo de estudos de gênero e sexualidade, bem como pesquisas em ambientes digitais.

### **“For You Page”: abrindo o aplicativo, produzindo *lados***

O acesso ao TikTok é feito através de aplicativo no celular, que no momento contabiliza mais de um bilhão de downloads, ou através do navegador em dispositivos eletrônicos com acesso à internet. Além disso, a plataforma possibilita a vinculação a uma conta/perfil, ou não.

Quando se utiliza a plataforma sem criar uma conta, é possível selecionar interesses temáticos, com o objetivo de oferecer “recomendações de vídeos mais interessantes”. Nesta lista aparecem várias opções: comédia; dança; entretenimento; jogos; música; veículos automotores; cotidiano; comidas e bebidas; anime e quadrinhos; animais; esportes; família; beleza e estilo; sciencia (sic) e educação; fitness e saúde; dicas e motivações; casa e jardinagem; arte; estranhamente satisfatório; truques para o cotidiano; ao ar livre; viagem; e faça você mesmo (DIY).

Curiosamente, se a pessoa optar por criar uma conta, a opção de selecionar interesses não é ofertada, e estes são inferidos inicialmente por dados pessoais coletados pela plataforma: informações fornecidas ao criar a conta, seleção de idiomas, endereço de protocolo da internet (endereço de IP), fuso horário, operadora móvel, modelo e sistema de dispositivo, padrões e ritmos de teclas, entre outros (Tiktok, 2022).

As informações fornecidas ao criar a conta dependem de qual opção foi selecionada: utilizando um telefone, e-mail, ou vinculando a outras contas como Facebook, Google ou Twitter. Outra informação solicitada é a data de nascimento, sendo que os termos de uso estabelecem 13 anos a idade mínima. Por fim, também é necessário criar um nome de usuária e senha, que podem ser alterados posteriormente.

A coleta de dados e identificação dos interesses de cada usuária são fundamentais para o funcionamento do TikTok, pois, assim como outras mídias sociais gratuitas, tem como principal

(senão única) forma de monetização os anúncios pagos por outras empresas. Conforme discute-se no documentário “O dilema das redes” (Orlowski, 2020), estas mídias sociais são desenvolvidas com a proposta de influenciar emoções e comportamentos humanos, direcionando suas usuárias a passar mais tempo frente a tela, interagindo e consumindo conteúdos na plataforma, bem como produtos e serviços anunciados.

Esses anúncios são feitos tanto por publicidade paga diretamente às mídias digitais, como através de contas oficiais de marcas ou convites para parcerias publicitárias com criadoras de conteúdo<sup>3</sup>, o que é emicamemente denominado *publi*. Cabe dizer que apesar das *publis* serem muito comemoradas pelas criadoras de conteúdo, é necessário enfatizar que estas não estão descoladas dos processos de precarização da vida, sustentadas pela exacerbação do modelo neoliberal como estratégia de governo da vida contemporânea, como discutido por Ana Caroline Secco e Douglas Francisco Kovalski (2022).

No documentário dirigido por Jeff Orlowski (2020), especialistas em tecnologia do Vale do Silício afirmaram que para aumentar a rentabilidade da plataforma, mídias sociais investem não apenas em designs mais atrativos e neurologicamente viciantes, mas também em algoritmos, ou seja, em um conjunto de instruções introduzidas em um sistema computacional, com a finalidade de resolver um problema bem definido (Introna, 2013 *apud* Silveira, 2017).

De modo geral, o problema que algoritmos desenvolvidos por empresas de mídias sociais buscam solucionar é a determinação, com a maior precisão possível, dos interesses de cada usuária, o que é feito através de uma extensa coleta de dados, sendo que “no século XXI, o capitalismo avançado passou a se concentrar na extração e no uso de um tipo específico de matéria-prima: dados” (Srnicek, 2016:29 *apud* Silveira, 2020:86). De acordo com um levantamento sobre coleta de dados, realizado por uma empresa de marketing, as plataformas Youtube e TikTok foram apontadas como as que mais coletam dados pessoais de usuárias, apresentando cada uma quatorze rastreadores (Klais, 2022).

Assim, com uma extensa coleta de dados, seja pela seleção de interesses ou pelas informações fornecidas ao criar uma conta, o algoritmo direciona vídeos para cada usuária, que são automaticamente carregados ao entrar no aplicativo, ocupando praticamente toda a tela do celular. Esta página inicial, em que o algoritmo direciona vídeos, é denominada “para você”. Além desta, também é possível assistir vídeos transmitidos ao vivo na página “live”, procurar vídeos, perfis e *hashtags* pela lupa, ou acessar a página “seguindo”, que apresenta apenas os vídeos das contas que a pessoa está seguindo.

---

<sup>3</sup> As pessoas que criam vídeos para o TikTok se autodenominam “criadoras de conteúdo”, além deste termo há também pessoas que se autodenominam “tiktokers”, mas este é comumente utilizado de modo pejorativo por outras pessoas.

O “para você” é comumente chamado de “*for you page*”, mesmo entre usuárias cuja língua principal não é o inglês. Esta é a parte principal do aplicativo, “é fundamental para a experiência na plataforma e onde a maioria dos usuários passa o tempo” (TikTok, 2020:s.p., sic). Esse fato é perceptível por comentários nos vídeos como: “te vi na minha *for you page*”, “finalmente você voltou pra minha *for you page*, tinha sumido”, ou comentários mais simples como “fyp” ou “fy” (com ou sem o símbolo de *hashtag*), em uma abreviação da página. Além dos comentários escritos por outras pessoas, muitas vezes as *hashtags* #fyp e #fy aparecem na legenda, localizada na parte de baixo do vídeo.

No começo, há então uma pré-definição direcionada e padronizada pelo algoritmo para a criação da *for you page*. Nesse momento, tudo se passa como se a rede, aparentemente aberta e indeterminada, fosse na realidade um conglomerado de pontos concretos, dos quais se parte e a partir dos quais se propõem (ou se recebem) conteúdos concretos. Obviamente, a proposta é feita a partir dos vídeos disponíveis no TikTok, mas não de todos os vídeos disponíveis, pois o algoritmo selecionará justamente apenas alguns e não outros.

O funcionamento da *for you page* não é transparente, ou seja, não é evidenciado o que permite a aparição ou não de vídeos e conexões na página de cada usuária. Algumas criadoras de conteúdos, por exemplo, gravam vídeos reclamando que o TikTok, sem algum motivo aparente ou justificativa, parou de enviar seus vídeos para a *for you page* das pessoas ou removeu temporariamente a conta do aplicativo, o que muito lhes desanima.

Estas controvérsias são também comentadas por Hannah Knox e Dawn Nafus (2018), que criticam o modo com que companhias de mídias sociais dificultam o entendimento de seus complicados métodos de tratamento de dados. De modo não contraditório, o antropólogo Nick Seaver (2019 *apud* Silveira, 2020) considera que a ideia de que a transparência dos algoritmos permitiria descobrir como estes realmente funcionam, é uma ideia simplista, ou seja, apesar da importância de uma ampliação da transparência sobre os algoritmos, esta não é suficiente.

Em geral, os cientistas da computação afirmam que um algoritmo não pode ser compreendido sem a estrutura de dados que o acompanha. Todavia, Seaver está apontando algo além disso. Para o antropólogo, é um equívoco supor que os engenheiros compreendem tudo o que criam, principalmente quando integram equipes enormes que desenvolvem os códigos e os *softwares* das corporações. Outro ponto é o da complexidade. Os algoritmos em ação vão adquirindo mais e mais dados e chegam a um nível de enredamento e de dificuldade tal que nenhum engenheiro teria condições de prever seus resultados. Nesse sentido, Seaver não vê como a transparência poderia resolver essas questões (Silveira, 2020:90).

No caso do TikTok, frente a essas situações controversas em que os conteúdos aparecem ou não aparecem, as usuárias criaram algumas estratégias. As mais comuns são: ter uma conta reserva (quando a conta principal é temporariamente removida pelo TikTok), e pedir para que as pessoas as

sigam e interajam com seus vídeos, a fim de “melhorar o engajamento”. Estas estratégias mostram-se efetivas pois a (não) interação de cada usuária com os vídeos ofertados, também passa pelo processo de dataficação, que “é a tradução de intenções, ações, reflexos, sentimentos em dados operacionalizáveis para gerar novas ações preditivas (coletivas ou individuais) partir de coleta extensiva de informações” (Lemos, 2021:195).

Isso significa que o algoritmo coleta dados de interação com os vídeos, para entender quais conteúdos são mais interessantes para cada usuária, e então personalizar o direcionamento de vídeos, de modo que “parte da mágica do TikTok é que enquanto pessoas diferentes podem encontrar alguns dos mesmos vídeos de destaque, o *feed* de cada pessoa é único e adaptado a esse indivíduo específico” (Tiktok, 2020:s.p.).

Segundo o TikTok, “o sistema recomenda o conteúdo classificando os vídeos com base em uma combinação de fatores – começando pelos interesses que cada usuário expressa ao entrar na plataforma” (Tiktok, 2020:s.p., sic). Os fatores analisados pelo algoritmo são: por quanto tempo assistiu o vídeo (se passou o vídeo antes do final, se assistiu inteiro, se assistiu mais de uma vez); interações (curtidas, compartilhamentos, contas seguidas, comentários e vídeos criados); informações de vídeos (legendas, sons e *hashtags*); configurações de dispositivo e conta (idioma, país e tipo de dispositivo).

Todos esses fatores são processados pelo sistema de recomendações e ponderados com base no seu valor para o usuário. Um forte indicador de interesse, por exemplo, seria o usuário assistir a um vídeo mais longo do começo ao fim, e receberia maior peso do que um indicador mais fraco, como se o visualizador e o criador do vídeo estão no mesmo país. Os vídeos são classificados para determinar a probabilidade de interesse do usuário em uma parte do conteúdo, e entregues exclusivos em cada feed #ParaVocê (Tiktok, 2020:s.p., sic).

A precisão do direcionamento algorítmico faz com que muitas usuárias falem em *lados* do TikTok. Ou seja, a partir do direcionamento de temáticas tão específicas, e que se diferenciam tanto do conteúdo convencional, parece-se produzir um “espaço” completamente diferente, até mesmo como se fossem aplicativos diferentes, que é habitado por pessoas com interesses e experiências muito similares. Este termo êmico, *lado*, pode ser relacionado ao que a Sociologia Digital define como “bolhas de opinião”, como explicam Richard Miskolci e Fernando de Figueiredo Balieiro (2018:143):

As redes sociais têm criado conflitos reconhecidos analiticamente como “bolhas de opinião” que se formam/ expressam nas plataformas online por meio da automatização das formas de comunicação direcionadas por algoritmos, o que reforça a troca entre pessoas e grupos com opiniões semelhantes e desencoraja a divergência de opinião.

Ademais, a categoria êmica de *lado* ou *lados* do TikTok corrobora com a discussão de Débora Leitão e Laura Graziela Gomes (2017:42), que consideram que “tratar as plataformas

digitais como “ambientes” foi um passo decisivo” em suas pesquisas, e afirmam que “dentro de uma mesma plataforma, por exemplo, são identificados diferentes ambientes, pois não existem apenas por suas características em termos de *software* ou *hardware*, mas pelas diferentes formas de serem habitados” (Leitão, Gomes, 2017:62, itálico das autoras). Nesse sentido, para uma cartografia no TikTok, é importante entender que se trata de um ambiente com inúmeros *lados* a serem explorados e habitados.

Cabe dizer que nos *lados* do aplicativo em que a(s) temática(s) central(ais) se refere(m) a minorias sociais, tais como mulheres feministas, pessoas LGBTQIA+<sup>4</sup>, pessoas negras, pessoas com deficiência e/ou pessoas que falam sobre saúde mental, estes *lados* são habitados como espaços seguros, no sentido teorizado por Patricia Hill Collins, em que subpopulações anteriormente subjugadas começam a falar de forma franca, construindo “lugares primordiais para resistir à objetificação como o outro” (2019:276).

Destarte, são nesses *lados* do TikTok em que percebemos uma maior preocupação de que os vídeos não caiam em *lados* errados, fora de sua “bolha”, onde assédios e outras violências podem ocorrer. Nestes casos em que ocorrem uma falha no direcionamento do algoritmo, e algum vídeo “cai no lado errado do TikTok” (sic), é comum o compartilhamento de outros vídeos fazendo pedidos como “por favor, se você é mulher, se você é LGBTQIA+, interage com esse vídeo, meu outro vídeo caiu no lado errado do TikTok e agora estou sendo atacada e assediada, me ajuda a voltar pro lado legal do TikTok” (como na imagem 1). Ou seja, com o direcionamento incorreto do algoritmo, as pessoas se organizam para gerar dados (interação de grupos específicos), com a finalidade de direcionar o próprio algoritmo, para que este funcione da forma que desejam.

---

<sup>4</sup> Atual sigla adotada para se referir às pessoas que se auto-identificam como lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais, não-binários, queer, intersexuais, assexuais, dentre outras identidades de gênero e orientação sexual.

### Imagem I<sup>5</sup>



Estes pedidos por interação com o vídeo se referem tanto a assistir o vídeo mais de uma vez, quanto a utilizar os botões que ficam do lado direito da tela. O primeiro botão mostra a foto de perfil da pessoa que compartilhou o vídeo, na base deste botão, caso a pessoa assistindo não siga essa conta, há um pequeno símbolo de “+” ao centro, utilizado para seguir; um coração para curtir o vídeo, ação que pode ser feita também com o clique duplo na tela; um balãozinho para abrir os comentários; e por fim um botão para compartilhar o vídeo em outras redes sociais. Estes três últimos botões apresentam logo abaixo o registro de números de cada tipo de interação.

Um pouco abaixo do botão de compartilhamento, há um botão que mostra qual música ou áudio está sendo utilizado no vídeo, todos os vídeos que utilizaram este mesmo som, qual o vídeo original (quando é um áudio gravado no próprio TikTok) e um botão que permite gravar um vídeo utilizando o mesmo som. Além desta opção de gravar um vídeo com o mesmo som, é muito comum o uso da ferramenta “costurar vídeos”, utilizada para criar um vídeo que “costura” um vídeo já publicado com uma nova gravação.

---

<sup>5</sup> Captura de tela de um vídeo onde se lê “Recebemos muitos comentários de ódio atualmente porque nossos vídeos acabaram no lado errado do TikTok. Por favor, interaja com esse vídeo se você é parte da comunidade *queer*. Curte, comente, compartilhe, tudo ajuda para o algoritmo” (tradução livre). Esta imagem foi modificada para preservar o anonimato das criadoras de conteúdo. Arquivo da autora.

O modo com que criadoras de conteúdo sempre usam essas ferramentas, e como marcam outras criadoras de conteúdo na legenda, com a finalidade de dar os *créditos* (termo êmico) quando faziam referências umas às outras, além de demandarem seus *créditos* quando os vídeos iam para outros ambientes digitais (emicamente chamados de *rede vizinha*), me fizeram pensar em como abordar neste ensaio os conteúdos produzidos.

Inicialmente minha ideia era citar criadoras de conteúdo assim como citamos escritoras de textos acadêmicos e colocar os links nas referências bibliográficas, em uma tentativa de garantir seus *créditos*, baseando-me na proposta de Boaventura de Souza Santos (2007:85) de “reconhecimento da pluralidade de conhecimentos heterogêneos (sendo um deles a ciência moderna) e em interações sustentáveis e dinâmicas entre eles sem comprometer sua autonomia”.

Mas para uma postura ética, não bastaria que neste ensaio eu desse os *créditos* que são tão pertinentes para as pessoas que criam conteúdo no TikTok, pois os botões ao lado direito da tela indicam que os vídeos podem ser compartilhados em outros ambientes virtuais, mas não há uma opção que deixe explícita a possibilidade destes mesmos conteúdos serem compartilhados em um ensaio científico.

Ou seja, mesmo sendo conteúdos em um ambiente de acesso público, as criadoras poderiam ter “expectativas de privacidade” (Estalella, Ardèvol, 2007) que não necessariamente coincidiriam com minhas suposições sobre *créditos* aos vídeos fora de ambientes digitais. Isto significa que “o público e o privado não são categorias absolutas que podemos determinar “a priori” em relação às interações na internet, são contextuais e dependem da negociação que cada coletivo levar a cabo” (Estalella, Ardèvol, 2007:s.p., tradução livre).

Ademais, alguns dias antes de começar a escrever, percebi que os relatos de assédio e ataque aumentaram, e comecei a pensar que, se mesmo com o direcionamento do algoritmo os conteúdos caíam em *lados errados* do mesmo ambiente digital, compartilhar seus links em outro ambiente (este ensaio) poderia dar margem para mais assédio e ataques, em troca de um *crédito* que talvez nem seja produtivo se não estiver inserido em ambientes digitais. Por isso decidi trabalhar neste ensaio os conteúdos como produzidos no “*lado LGBTQIA+ do TikTok*”, mas sem identificar perfis.

Conjuntamente, em busca de um modo ético de lhes conferir o importante *crédito*, optei por criar meus primeiros vídeos na plataforma, comentar sobre o ensaio, usar as mesmas ferramentas em que os *créditos* são conferidos no aplicativo, referenciando as pessoas que produziram os conteúdos comentados no ensaio, em um lugar que de fato lhes gere engajamento. Essa foi uma escolha inspirada na proposta de Adolfo Estalella e Elisenda Ardèvol (2007), que criaram um “blog de campo” para uma relação de simetria, que considerava “a ética etnográfica desde a ideia de um

intercâmbio recíproco e da colaboração mútua” (Forte, 2004 *apud* Estalella, Ardèvol, 2007:s.p., tradução livre).

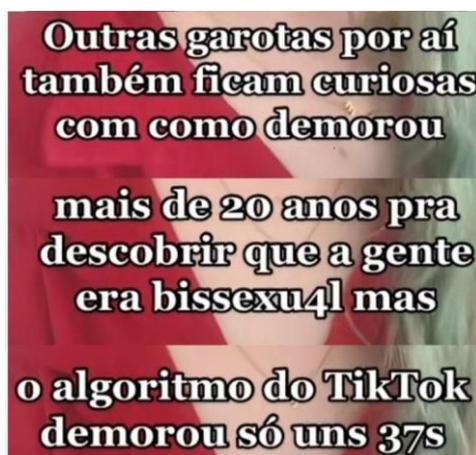
## **Perambulando no lado LGBTQIA+ do TikTok**

Os primeiros conteúdos que aparecem ao criar uma conta no TikTok são conteúdos mais heteronormativos. Isso não significa que todas as criadoras de conteúdo que aparecem em um primeiro momento sejam necessariamente cisgêneras<sup>6</sup> e heterossexuais, mas o conteúdo do vídeo, o corpo e performance das pessoas supõem o que Judith Butler (2019) define como heteronormatividade: uma correlação linear entre sexo, gênero, práticas sexuais e desejo.

É apenas com a não interação com esses vídeos, que o algoritmo pressupõe que talvez aquela nova conta seja de uma pessoa que se identifica como LGBTQIA+. O algoritmo, portanto, parte de um pressuposto de que “todo mundo atende à heteronormatividade, até que se prove o contrário”.

Se a nova conta não interage ou interage pouco com os conteúdos heteronormativos iniciais, o algoritmo então sugere algum vídeo com conteúdo LGBTQIA+, e a partir da interação com este, mais vídeos com essa temática são direcionados a *for you page*, e então, como algumas criadoras de conteúdo dizem: “seja bem-vida ao lado LGBTQIA+ do TikTok”. Cabe dizer que isso ocorre em um curto tempo, de modo que algumas criadoras de conteúdo gravam vídeos com comentários como “o TikTok descobriu em segundos algo que eu demorei mais de 20 anos para entender” (como na Imagem 2).

**Imagem II<sup>7</sup>**

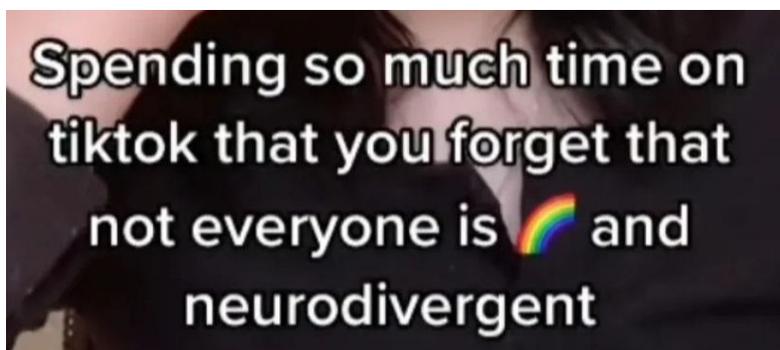


<sup>6</sup> Termo reivindicado pelo movimento trans para se referir a pessoas que se identificam com o gênero atribuído ao nascimento; que não são trans.

<sup>7</sup> Montagem feita a partir de três capturas de tela de um vídeo no TikTok, com enfoque na legenda do vídeo. Arquivo da autora.

Uma discussão interessante neste *lado* e que se contrapõe à expectativa de heterossexualidade por parte do algoritmo, mas também da sociedade como um todo, é a proposta de pressupor que “todo mundo é LGBTQIA+, até que se prove o contrário” (ver Imagem 3).

### Imagem III<sup>8</sup>



Essa proposta se aproxima de três experiências artísticas de Felipe Rivas San Martín (2019): “*Tengo un amigo heterosexual y lo apoyo*”, “*Vendo mi homosexualidad*” e “*La internacional cuir*”, criadas a partir das reflexões do artista chileno sobre a pergunta “talvez a melhor subversão não seja alterar os códigos em vez de destruí-los?” (Blisset, Bruzels, 2000 *apud* Martín, 2019:51, tradução livre).

A primeira vez que vi esta alteração de códigos no TikTok foi em um vídeo falando sobre a sub-representatividade de personagens declaradamente LGBTQIA+ na mídia. O vídeo propunha fazer o oposto, pressupor que até que a pessoa explicitamente se declare cisgênera e heterossexual, todas as personagens em filmes e seriados deveriam ser consideradas LGBTQIA+, mesmo que em uma relação com alguém do gênero oposto, visto que poderia se interessar por dois ou mais gêneros, identificando-se como bissexual ou pansexual; ter pouco ou nenhum interesse sexual, e identificar-se como assexual (ou Ace); e/ou ainda identificar-se com alguma(s) das identidades trans.

Esta pressuposição de que todas as pessoas são LGBTQIA+, em que a norma é ser LGBTQIA+, se dirige também às pessoas que são direcionadas a este *lado* do TikTok. É comum ver vídeos com frases como “se você está vendo este vídeo, é porque você também é LGBTQIA+”. Há também vídeos em que uma criadora de conteúdo encena uma conversa com uma seguidora que se autoidentifica como hétero, mas que sempre vê seus vídeos em sua *for you page*, e então a criadora vira para a câmera e pergunta “eu conto ou vocês contam?”, indicando que, se os vídeos

<sup>8</sup> Captura de tela da legenda de um vídeo, na qual se lê “Passando tanto tempo no tiktok que você esquece que nem todo mundo é [emoji de arco-íris, em referência a LGBTQIA+] e neurodivergente” (tradução livre). Arquivo da autora.



identificam. Como defende Joan Scott (1998:304) “não são indivíduos que têm experiência, mas sim os sujeitos que são constituídos pela experiência”, ou seja, não são pessoas com identidades predeterminadas que possuem uma experiência, é através da experiência que nos constituímos como sujeitos e buscamos palavras (existentes ou a serem criadas) para expressar essa identificação.

Talvez pelo seu próprio dinamismo, participativo e criativo ao mesmo tempo, é possível perceber no TikTok o caráter interativo e autocriativo do gênero e da sexualidade de parte de suas usuárias. Nesse processo de busca por palavras, e mais especificamente, por uma (ou mais) letra(s) para se identificar em termos de gênero e orientação sexual, muitas pessoas relatam em vídeos e comentários no TikTok uma insegurança ou indecisão sobre qual nomenclatura escolher para si. Em resposta a esses comentários<sup>10</sup>, uma criadora de conteúdo compartilhou um vídeo dizendo:

[...] Se você é alguém que tem questionado sua sexualidade, ou atualmente está questionando sua sexualidade, ou conhece alguém que está questionando a própria sexualidade... Continue por aqui porque você vai querer ouvir isso. Então, a questão que eu mais recebo das pessoas, e a questão que eu mais vejo outras criadoras Ace [assexuais] receberem, é de pessoas que estão tipo: “eu acho que eu sou Ace, MAS”. E é tanto: “mas eu não tenho certeza”, “talvez eu seja muito nova”, “talvez eu não tenha encontrado a pessoa certa”, “talvez seja esta outra coisa (trauma, problemas sensoriais, etc)”.

E a gente sempre diz a mesma coisa: “olha, isso não importa, se assexualidade significa algo para você, se esse rótulo significa algo para você, então você deveria se sentir à vontade para usá-lo. E você sempre pode mudá-lo depois”. Mas essa resposta nunca parece funcionar para as pessoas, porque nós ainda recebemos esta pergunta o tempo todo. E eu finalmente descobri PORQUE as pessoas têm tanta dificuldade em aceitar esse conselho.

É porque nós estamos usando a palavra “rótulo”. E rótulos estão muito perto do conceito de ADESIVOS. Agora, você está no TikTok. Então existe uma grande possibilidade de que você não coloque adesivos em besteiras. Você os reserva, né? Você nunca colocou um adesivo em nada na sua vida. Porque se algum dia você mudar de ideia, 1) você estragou o adesivo, e 2) você estragou a coisa onde o adesivo está. Então você escuta a palavra adesivo, ou você ouve a palavra rótulo, e você pensa “ai meu deus, guarde isso em uma caixa e nunca use”.

Então vamos parar de pensar neles como rótulos e começar a pensar neles como ímãs de geladeira. Porque não há um comprometimento de uma vida toda com um ímã de geladeira, certo? Então vamos tentar isso. Aqui está um ímã. Coloque-o em sua geladeira. Fique com ele por um tempo. Olhe para ele todos os dias. Veja como te faz sentir. E se você olhar para ele por muito tempo e você pensar “eu não gostei muito desse ímã de geladeira...” então TIRE-O DE LÁ e coloque um novo ímã. Ou coloque vários ímãs. Você não precisa ter só um. Você não precisa ter nenhum ímã de geladeira. Você pode ter só uma geladeira [...]. Mas se você encontrar um ímã na estrada, você pode colocá-lo na sua geladeira! [...] Então nós acabamos com os rótulos. Nós estamos nos movendo para ímãs de geladeira (Tradução livre da legenda descritiva do vídeo, sic).

Uma discussão sobre *rótulos* também aparece em uma pesquisa realizada por Carolina Parreiras (2009), em uma comunidade de homens que se relacionam afetiva e sexualmente com outros homens no Orkut. Nesta comunidade etnografada por Carolina Parreiras (2009), foi criado um tópico para discutir um artigo sobre gays “fora do meio”, ou seja, que não se enquadram em estereótipos e ambientes tradicionalmente entendidos como LGBTQIA+.

<sup>10</sup> Cabe dizer que apesar de os comentários neste vídeo serem muito receptivos à proposta, não é possível saber se as pessoas que comentaram neste e em outros vídeos eram as mesmas, nem se tais inseguranças foram solucionadas.

O tópico postado na *Eper* rendeu uma série de comentários, nos quais eles se posicionaram em relação ao artigo, bem como em relação a essa série de classificações encontradas quando se fala de homossexualidade e suas manifestações. Em geral, houve um reconhecimento de que existe uma diversidade de maneiras de expressar ou vivenciar essas homossexualidades, não havendo, pois, a necessidade de se fixar em rótulos (sou isto ou sou aquilo). O "ser gay" não implica uma homogeneização e pode ser experienciado de diferentes formas. Ao classificarem-se, seja como fora do meio ou pertencente ao meio, estariam criando guetos e reproduzindo estereótipos e convenções (Parreiras, 2009:360, itálico da autora).

É interessante comparar como os *rótulos* aparecem em uma comunidade do Orkut no final dos anos 2000 e como aparecem no TikTok mais de uma década depois. Na pesquisa de Carolina Parreiras (2009), *rótulos* são elencados para falar de uma orientação sexual (homossexualidades masculinas), classificada como “gay, gay macho, bichinhas, bicha, viadinho” e “fora do meio”, em que “o que se nota é o estabelecimento de uma normatização das sexualidades, com a geração de figuras modelares (e, por que não, clichês) de homossexuais” (Parreiras, 2009:361). No caso do TikTok, a orientação sexual em si é tomada como *rótulo*. Em ambos espaços, diferentes em termos de plataforma e de década, a pertinência dos *rótulos* é questionada.

Estas discussões no TikTok e Orkut nos dão pistas sobre como as pessoas se colocam a partir de suas próprias categorias (Brandão, 2007), sobre a formação e desmantelamento de grupos, bem como dos significados que estes grupos atribuem ao gênero e sexualidade, às conexões e reagregações que são feitas (Latour, 2012). Com isso, entendemos também como gêneros e sexualidades são experienciados em plataformas digitais, pois

Pensar em gênero [e sexualidade] *on-line* envolve as especificidades da vida *on-line*, a importação ou modificação de convenções de gênero [e sexualidade] *off-line* e as maneiras como os contextos de gênero [e sexualidade] *off-line* influenciam as atividades e posturas no mundo *on-line*. E, para entender o *on-line* naquilo que ele possui de específico (ou, em alguns casos, subversivo), seria necessário considerar como atuam questões relativas ao poder, categorizações, relacionamentos, intimidades, privacidade e performances identitárias (Marshall, 2007 *apud* Parreiras, 2009:352, itálicos da autora, inserções minhas, sic).

Sobre as relações entre *online* e *offline*, e entendendo que “não existe mais separação estanque entre a tela e a vida. A vida se passa agora na tela e a tela se tornou a forma plástica e simulada da vida, que, aliás, agora pode ser abarcada por um código” (Mbembe, 2020:33), pude presenciar reações de pessoas com as mesmas inseguranças apresentadas no vídeo sobre rótulos, fora do TikTok.

No início de maio de 2022, enquanto terminava de revisar o presente ensaio, fui convidada por uma amiga descendente de Okinawa a participar do evento *Shimanchu nu Moashibi*, um encontro cultural promovido pela Associação Okinawa de Campo Grande - MS. Dentre as atividades propostas pelo evento, foram realizadas três rodas de conversa com a antropóloga

*uchinanchu*<sup>11</sup> Laís Miwa Higa, sobre as temáticas: “preconceitos e anti racismo asiáticos”; “feminismo asiático”; “LGBTQIA+ asiátique” (sic).

A maioria das pessoas nas três rodas de conversa se identificaram como descendentes de japonesas (seja de Okinawa e/ou outras províncias), sendo que além de mim haviam aproximadamente três pessoas brancas em cada roda. Na última roda de conversa foi explicitado na rodada de apresentações o gênero e sexualidade de cada pessoa, a maioria se identificou como cisgênera e heterossexual.

Durante as apresentações, três pessoas, todas descendentes de japonesas, relataram que estavam se questionando em relação ao gênero ou sexualidade, sendo duas mulheres cis que questionavam-se se eram assexuais, e uma pessoa que questionava-se se era trans. Após a rodada de apresentações, a antropóloga Laís Miwa Higa comentou que gênero e sexualidade não são categorias necessariamente fixas e estáticas, podendo se modificar ao longo da vida, e que é bom ter essa abertura para se questionar.

Em seguida pedi a fala e comentei sobre a presente pesquisa, e mais especificamente o vídeo sobre rótulos e ímãs, que foi muito bem acolhido pelas pessoas presentes, tanto durante a roda quanto depois. As mulheres que se questionavam se eram assexuais comentaram com maior tranquilidade porquê refletiam sobre isso, bem como os comentários que às vezes recebiam, tais como “não, isso é porque você é japonesa, japonesas são meio frígidas mesmo, espera que isso vai passar”.

Além das pessoas que estavam se questionando na roda de conversa, ao final do evento uma pessoa não-binária, assexual, birromântica<sup>12</sup>, *uchinanchu* e estudante de ciências sociais conversou comigo sobre o vídeo. Ela comentou que o vídeo fazia sentido para ela também, porque “quando eu era criança, saia colando as figurinhas em todos os lugares, e quando não queria mais aquela figurinha ali, colava outra por cima, e eu faço o mesmo com meu gênero. [...] O importante é que as pessoas saibam que meu gênero e sexualidade são uma bagunça”.

Além dessa discussão sobre *rótulos*, uma grande parte do conteúdo produzido neste *lado* do TikTok dedica-se à historização das categorias identitárias representadas pela sigla, tanto por relatos pessoais de criadoras de conteúdo que fazem parte de gerações anteriores, quanto pela divulgação científica de criadoras de conteúdo, que se identificam e realizam pesquisas com a temática LGBTQIA+. Esses conteúdos são importantes quando consideramos que as identidades de gênero e

---

<sup>11</sup> Termo autodeclarado de pessoas que nasceram ou são descendentes de Ryukyu, que em 1879 foi anexada (de forma violenta) ao Japão, e atualmente é denominada província de Okinawa. Ambos os termos “okinawana” e “*uchinanchu*” são utilizados, a depender da preferência na autodeclaração.

<sup>12</sup> A maioria das pessoas que se identificam como assexuais, fazem uma diferenciação entre atração sexual e atração romântica. Deste modo, as categorias assexual e birromântica são utilizadas como auto-identificação por uma pessoa que possui pouca ou nenhuma atração sexual, e se atrai romanticamente por mais de um gênero.

orientação sexual, assim como “o movimento não pode[m] ser pensado[s] de modo dissociado das relações que o informam e constituem e do contexto sócio-histórico em que se insere[m]” (Facchini, 2009:133).

Destarte, o diálogo sobre inseguranças ou indecisões sobre *rótulos* e letras da sigla LGBTQIA+, juntamente com a sugestão de pensar em ímãs ao invés de *rótulos* e adesivos, e a proposta de historização dessas identidades, demonstra que este *lado* do TikTok tem proporcionado um ambiente digital para refletir sobre como nos relacionamos com as identidades de gênero e de orientação sexual, em uma perspectiva não estática, com fronteiras que são traçadas e retraçadas a todo momento, deixando rastros (Latour, 2012).

Há neste espaço também a sugestão de falar sobre si, em termos de gênero e sexualidade, de modo independente das categorias identitárias já estabelecidas, prescindindo de *rótulos*, enfeitando a geladeira com ímãs, criando concepções próprias sobre gênero e sexualidade, e por vezes se utilizando de planos cartesianos e diagramas de Venn. Se o rótulo se apresenta como um ponto de partida, afinal usamos nomes e palavras para nos referirmos ao gênero e sexualidade, para muitas usuárias deste *lado* os *rótulos* não parecem o destino final.

Assim, no sentido teorizado por Tim Ingold (2012) a partir de Heidegger, podemos dizer que em contraposição aos *rótulos* e adesivos, os ímãs, planos cartesianos e diagramas de Venn não são objetos neste *lado*, mas coisas, visto que “o objeto coloca-se diante de nós como um fato consumado, oferecendo para nossa inspeção suas superfícies externas e congeladas. [...] A coisa, por sua vez, é um “acontecer”, ou melhor, um lugar onde vários aconteceres se entrelaçam” (Ingold, 2012:29).

Cabe dizer que planos cartesianos e diagramas de Venn não são as únicas coisas da matemática que mediam esses modos de conceituar gêneros e sexualidades. Apesar da constante crítica, discutida por Regina Facchini (2009), de que a sigla do movimento LGBTQIA+ é frequentemente alterada, e que possui tantas letras que parece uma “sopa de letrinhas”, o número de letras não é um problema neste *lado*.

De fato, algumas das usuárias do TikTok, em especial de países cuja língua oficial é o inglês, afirmam, não sem sarcasmo, que fazem parte da “máfia do alfabeto” (em tradução livre). E o signo + da sigla não é banal. Ele demarca que as possibilidades de auto-identificação em termos de gênero e sexualidade não se encerram nas letras LGBTQIA. O símbolo matemático de adição (+) foi incorporado à sigla, indicando que há espaço para novas palavras a serem criadas e letras incorporadas, para melhor expressar tanto a diversidade das experiências vividas, seu número não binário, como suas possibilidades criativas.

Em diálogo com a antropóloga Marilyn Strathern (2014:305), poderíamos dizer que também neste *lado* do TikTok, “uma rede é tão comprida quanto puderem ser enumerados seus diferentes elementos”. Todavia, diferentemente da proposta de Strathern, neste caso a soma, ou ao menos o símbolo de adição, não é tomado por pessoas LGBTQIA+ como indicativo de pausa ou corte na rede. A proposta com o símbolo de adição ao final é justamente que não seja determinado um número (ou letra) limite, uma soma final.

Isto não significaria que esta rede não seja cortada, que um fenômeno não interrompa o fluxo de outros (Strathern, 2014), que fronteiras não sejam traçadas, que não haja comparação com outros agrupamentos e uma lista de *antigrupos* (Latour, 2012). Mas, ao invés da soma, estes processos são apresentados neste ambiente digital pela subtração.

Em uma série de vídeos, uma jornalista trans e brasileira apresenta seu quadro dizendo “esse é mais um Gibi Gay! Onde eu indico quadrinhos LGBTQIA+ ou simplesmente H-” (ver Imagem 5), o que indica que neste *lado* do TikTok há espaço para inúmeras identidades, ímãs, planos cartesianos e diagramas de Venn que não se limitam às letras LGBTQIA, mas há um corte nesta rede, pela subtração da heteronormatividade.

Imagem V<sup>13</sup>



A proposta da criadora de conteúdo, de utilizar H- como sinônimo de LGBTQIA+, é próxima e se ilumina com o conceito de n-1, elaborado por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995) ao resumir as principais características de um rizoma:

<sup>13</sup> Captura de tela da abertura de um vídeo da série Gibi Gay. Esta imagem foi modificada para preservar o anonimato da criadora de conteúdo. Arquivo da autora.

O rizoma conecta um ponto qualquer com outro ponto qualquer e cada um de seus traços não remete necessariamente a traços de mesma natureza; ele põe em jogo regimes de signos muito diferentes, inclusive estados de não-signos. O rizoma não se deixa reconduzir nem ao Uno nem ao múltiplo. Ele não é o Uno que se torna dois, nem mesmo que se tornaria diretamente três, quatro ou cinco etc. Ele não é um múltiplo que deriva do Uno, nem ao qual o Uno se acrescentaria (n+1). Ele não é feito de unidades, mas de dimensões, ou antes de direções movediças. Ele não tem começo nem fim, mas sempre um meio pelo qual ele cresce e transborda. Ele constitui multiplicidades lineares a n dimensões, sem sujeito nem objeto, exibíveis num plano de consistência e do qual o Uno é sempre subtraído (n-1) (Deleuze, Guattari, 1995:31).

Desse modo, podemos ligar as propostas da criadora de conteúdo brasileira e dos filósofos franceses, entendendo o rizoma como um sistema a-centrado, feito de platôs, ou seja, “uma região contínua de intensidades, vibrando sobre ela mesma, e que se desenvolve evitando toda orientação sobre um ponto culminante ou em direção a uma finalidade exterior” (Deleuze, Guattari, 1995:32). O rizoma é entendido como uma liberação da sexualidade, por onde o desejo se move e produz (Deleuze, Guattari, 1995). Assim, a multiplicidade do *lado* LGBTQIA+ do TikTok é certamente rizomática, com a subtração (n-1 ou H-) da heteronormatividade.

Então ao invés de buscarmos no *lado* LGBTQIA+ do TikTok uma rede que é cortada pela soma, talvez estejamos diante de um rizoma cuja fórmula n-1 é H-, com linhas rizomáticas que tecem e bordam as coisas como a teia de uma aranha (Ingold, 2012), tecidos construídos a partir de materiais que saem do próprio corpo, dispostos por movimentos performáticos que prescindem da heteronormatividade, “são as linhas ao longo das quais a aranha vive, e conduzem sua percepção e ação no mundo” (2012:40).

## Considerações finais

Através do direcionamento e mediação do algoritmo, a página principal do aplicativo TikTok, conhecida como *for you page*, é habitada como um ambiente digital (Leitão, Gomes, 2017) de inúmeros *lados*, que constituem-se como espaços alternativos aos oferecidos pelo conteúdo convencional da plataforma, que é heteronormativo.

Um destes *lados* alternativos do TikTok é o LGBTQIA+, habitado como espaço seguro (Collins, 2019), em que pessoas que se autoidentificam como LGBTQIA+ falam como vivenciam gênero e sexualidade. Este espaço seguro, criado por mediação algorítmica, também possibilitou relatos de pessoas que a partir do contato e identificação com este *lado*, passaram a questionar-se sobre o próprio gênero e/ou sexualidade.

Dentre diversos conteúdos produzidos no *lado* LGBTQIA+ do TikTok, há vídeos e comentários que narram uma insegurança ou indecisão sobre qual nomenclatura escolher para si, que costuma surgir após a percepção de que a heteronormatividade não lhe contempla. Diante disso,

criadoras de conteúdo no *lado* LGBTQIA+ do TikTok sugerem que abduquemos da ideia de *rótulos* que, por sua semelhança com adesivos, geram receios.

No lugar de *rótulos*, são propostos ímãs de geladeira, planos cartesianos e diagramas de Venn. Coisas, “onde vários acontecimentos se entrelaçam” (Ingold, 2012:29), e possibilitam uma abertura para que a reflexão sobre gênero e sexualidade não esteja restrita às letras LGBTQIA, mas que, ao acrescentar um símbolo de adição (+), por mais pleonástica que esta frase possa parecer, entendamos que há inúmeras formas de subtrair-se da heteronormatividade.

Por fim, considero que a cartografia do *lado* LGBTQIA+ do TikTok possibilitou ver como este ambiente digital, ao aproximar com seu algoritmo pessoas com interesses em comum, facilitou a interação, discussão e experimentação de gênero e sexualidade de maneiras mais fluídas, e que subvertem a expectativa da heteronormatividade.

## Referências

- BRANDÃO, Carlos R. (2007), “Reflexões sobre como fazer trabalho de campo”. *Sociedade e Cultura*, v. 10, n.1, pp. 11-27 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <https://doi.org/10.5216/sec.v10i1.1719>
- BUTLER, Judith (2019), *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. 17. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- COLLINS, Patricia H. (2019), “O poder da auto-definição”, in H. B. de Hollanda (Org). *Pensamento feminista: conceitos fundamentais* (pp. 270-310). Rio de Janeiro, Bazar do Tempo.
- DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Félix (1995), *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia* – Vol. 1. Tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro, Editora 34.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix (1996), *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia* – Vol. 3. Tradução de Aurélio Guerra Neto et al. Rio de Janeiro, Editora 34.
- ESTALELLA, Adolfo e ARDEVOL, Elisenda (2007), “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet”. *Forum: Qualitative Social Research*, v. 8, n. 3, Art. 2.
- FACCHINI, Regina (2009), “Entre compassos e descompassos: um olhar para o campo e para a arena do movimento LGBT brasileiro”. *Bagoas*, n. 4, pp. 131-158.
- INGOLD, Tim (2012), “Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais”. *Horizontes Antropológicos*, v. 18, n. 37, pp. 25-44 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0104-71832012000100002>
- KLAIS, Brian (2022), “New Research Across 200 iOS Apps Hints that Surveillance Marketing is Still Going Strong”. *URL Genius*. [Consult. 24-08-2022]. Disponível em <https://app.urlgeni.us/blog/new-research-across-200-ios-apps-hints-surveillance-marketing-may-still-be-going-strong>
- KNOX, Hannah e NAFUS, Dawn (2018), “Introduction: ethnography for a data-saturated world”, in H. Kanox, D. Nafus (eds.). *Ethnography for a data-saturated world* (pp. 1-29). Manchester: Manchester University Press.
- LATOURE, Bruno (2012), *Reagregando o social: Uma introdução à teoria do Ator-Rede*. Salvador: Edufba, Bauru: Edusc.
- LEITÃO, Débora K. e GOMES, Laura G. (2017), “Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões”. *Antropolítica*, n. 42, pp. 41-65.

- LEMOS, André (2021), “Dataficação da vida”. *CIVITAS - Revista de Ciências Sociais*, v. 21, n. 2, pp. 193-202 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39638>
- MARTÍN, Felipe R. S. (2019), *Internet, mon amour: infecciones queer/cuir entre digital y material*. Santiago: Écfrasis.
- MBEMBE, Achille (2020), *Políticas da inimizade*. São Paulo, N-1 edições.
- MISKOLCI, Richard e BALIEIRO, Fernando F. (2018), “Sociologia Digital: balanço provisório e desafios”. *Revista Brasileira de Sociologia*, v. 6 n. 12, pp. 132-156 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <http://dx.doi.org/10.20336/rbs.237>
- NASCIMENTO, Letícia Carolina Pereira (2020), “Eu não vou morrer: solidão, autocuidado e resistência de uma travesti negra e gorda para além da pandemia”. *Inter-Legere*, v. 3, n. 28, pp. 1-22 [Consult. 23-12-2023]. <https://doi.org/10.21680/1982-1662.2020v3n28ID21581>
- ORLOWSKI, Jeff (Diretor) (2020), *O dilema das redes* [Documentário]. Netflix.
- PARREIRAS, Carolina (2009), “Fora do armário... Dentro da tela: Notas sobre avatares, (homo)sexualidades e erotismo a partir de uma comunidade virtual”, in M. E. Díaz-Benítez e C. E. Fígari (Orgs). *Prazeres dissidentes* (pp. 343-373). Rio de Janeiro, Garamond.
- SANTOS, Boaventura de S. (2007), “Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes”. *Novos Estudos*, n. 79, pp. 71-94 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0101-33002007000300004>
- SCOTT, Joan W. (1998), “A invisibilidade da experiência”. *Projeto História*, v. 16, pp. 297-325.
- SECCO, Ana C. e KOVALESKI, Douglas F. (2022), “Do empreendedor de si mesmo à medicalização da performance: reflexões sobre a flexibilização no mundo do trabalho”. *Ciênc. saúde coletiva*, v. 27, n. 5, pp. 1911-1918 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1413-81232022275.09572021>
- SILVEIRA, Sergio A. (2017), “Governo dos algoritmos”. *Revista De Políticas Públicas*, v. 21, n. 1, pp. 267–282 [Consult. 23-12-2023]. Disponível em <https://doi.org/10.18764/2178-2865.v21n1p267-281>
- SILVEIRA, Sergio A. (2020), “Responsabilidade algorítmica, personalidade eletrônica e democracia”. *Revista Eptic*, v. 22, n. 2, pp. 83-96.
- STRATHERN, Marilyn (2014), “Cortando a rede”, in M. Strathern. *O efeito etnográfico e outros ensaios* (pp. 295-320). São Paulo, Cosac Naify.
- TIKTOK (2020), *Como o TikTok recomenda os vídeos para o feed #ParaVocê*. [Consult. 09-05-2022]. Disponível em <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/como-o-tiktok-recomenda-os-videos-para-o-feed-paravoce>
- TIKTOK (2022), *Política de privacidade*. [Consult. 24-08-2022]. Disponível em: <https://www.tiktok.com/legal/privacy-policy-row?lang=pt-BR>

Recebido em 18-08-2022

Modificado em 29-09-2022

Aceito para publicação em 05-03-2023