



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
COLEGIADO DOS CURSOS DE CINEMA

ENZO HOFMANN ELIAS

REGISTROS DO COTIDIANO, REAPROPRIAÇÃO E INTERNET:
o Found Footage digital no aplicativo TikTok

Pelotas/RS

2023

ENZO HOFMANN ELIAS

**REGISTROS DO COTIDIANO, REAPROPRIAÇÃO E INTERNET:
o *Found Footage* digital no aplicativo *TikTok***

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema e Audiovisual no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

ORIENTADORA
PROFA. REBECA RECUERO REBS

Pelotas/RS
2023

ENZO HOFMANN ELIAS

REGISTROS DO COTIDIANO, REAPROPRIAÇÃO E INTERNET:

o Found Footage digital no aplicativo TikTok

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema e Audiovisual no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Aprovado em

Banca examinadora:

Profa. Dra. Rebeca da Cunha Recuero

Prof. Dr. Alexandre Severo Masotti

Profa. Dra. Ivonete Medianeira Pinto

Agradecimentos

Agradeço minha família e amigos, que permitiram que eu chegasse até aqui.

Em especial, a minha companheira Jubs, pelo incentivo, afeto e paciência imensuráveis e indispensáveis;

Aos meus pais, Eduardo e Mariene, que com tanto amor fizeram tudo e mais um pouco para pavimentar meu caminho;

Ao meu tio Cláudio, que me apresentou o mundo da arte;

Ao meu tio Paulo Roberto, que me apresentou o mundo da ciência e possibilitou, de diversas maneiras, minha jornada na UFPel;

À minha orientadora Profa. Dra. Rebeca da Cunha Recuero, cuja orientação e dedicação foi indispensável na construção desse trabalho;

Aos professores do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal de Pelotas, que me apresentaram novas possibilidades;

A todos que dedicaram e dedicam sua vida na luta por um Brasil mais igualitário, progressista e livre do imperialismo;

Ao presidente Luís Inácio Lula da Silva e à ex-presidenta Dilma Rousseff, por tudo que representam não só para a universidade pública de qualidade mas também por suas intermináveis batalhas ao lado do povo brasileiro.

RESUMO

Este artigo busca investigar a relação da dinâmica estética apropriativa do *Found Footage* com conteúdos postados na plataforma de compartilhamento e criação de vídeos *TikTok*. Assim, pretende-se investigar a presença de tal dinâmica no aplicativo e entendê-lo como uma estrutura de criação digital que facilita e incentiva a reapropriação e reuso de imagens alheias, bem como entender quais ferramentas são utilizadas para tanto.

PALAVRAS-CHAVE: reapropriação; *Found Footage*; arquivo; *TikTok*

ABSTRACT

This article seeks to investigate the relationship between the appropriative aesthetic dynamics of Found Footage and content posted on the TikTok video sharing and creation platform. Therefore, it aims to investigate the presence of such dynamics in the app and understand it as a digital creation structure that facilitates and encourages the appropriation and reuse of other people's images, as well as to understand which tools are used for this purpose.

KEY WORDS: reappropriation; Found Footage; archive ; *TikTok*

Lista de figuras

Figura 1	Tela inicial da página <i>South America Memes</i> no <i>TikTok</i>.....	21
Figura 2	Capturas de tela de conteúdos da página <i>South America Memes</i> no <i>TikTok</i>.....	24
Figura 3	Captura de tela da página inicial do <i>TikTok</i>.....	26
Figura 4	Captura de tela da aba de pesquisa do <i>TikTok</i>.....	27
Figura 5	Captura de tela da aba Descobrir do <i>TikTok</i>.....	28
Figura 6	Captura de tela da aba de criação do <i>TikTok</i>.....	29
Figura 7	Captura de tela da aba de criação do <i>TikTok</i>.....	30
Figura 8	Captura de tela do <i>feed</i> da página <i>South America Memes</i>.....	34

Sumário

Introdução.....	9
1 Superexposição online e auto registro do sujeito contemporâneo.....	12
2 <i>Found Footage</i> e internet.....	14
3 Metodologia.....	18
3.1 Interface.....	18
3.2 Conteúdo do <i>Feed</i>	19
4 Definições de termos para análise de dados.....	20
5 A interface: estrutura, funções, menus, abas, telas.....	24
6 Presença do <i>Found Footage</i> no aplicativo <i>TikTok</i>.....	29
7 Características do <i>Found Footage</i> no aplicativo <i>TikTok</i>.....	31
8 Considerações finais.....	34
Referências.....	36
Anexos.....	38

Introdução

O *TikTok*, aplicativo chinês que fez sua estreia em 2016, figura desde então como uma das plataformas de redes sociais mais acessadas do mundo (atualmente, perde em quantidade de tráfego apenas para o *Facebook*)¹. Seu foco é o conteúdo em formato de vídeos rápidos (geralmente entre 15 segundos e um minuto, apesar de a plataforma permitir vídeos com duração de até dez minutos) que, aos milhões, abordam temáticas e estéticas das mais variadas. A “curadoria” e a personalização do modo como tais vídeos são entregues no seu *feed*² praticamente infinito é um de seus pontos de destaque: um algoritmo premiado em 2021 pela *MIT Technology Review* é responsável por entender qual tipo de conteúdo cada usuário do aplicativo³ quer consumir. Para isso, são levados em conta *tags* de conteúdos clicados, nichos específicos procurados e as curtidas e visualizações específicas de cada usuário (LIU e ZHANG, 2021).

No entanto, apesar de ao primeiro olhar ser possível entendê-lo apenas como uma plataforma de compartilhamento de vídeos, é intrínseco também à sua natureza uma outra característica: a possibilidade de criação, edição e montagem de materiais audiovisuais. Assim, é possível caracterizá-lo como uma **estrutura lúdica virtual**⁴ — um espaço recreacional encontrado em mídias eletrônicas que funciona como a versão virtual de um *playground* (BRESNICK, 2019, p. 1). Para isso, o *app* oferece diversas ferramentas de criação, edição e partilha de vídeos, como as funcionalidades de **Costurar** e **Dueto**, por exemplo, que serão exploradas mais a frente no texto. Essa natureza (produção aliada ao compartilhamento, tudo conciliado na mesma interface) parece ser o que o diferencia de outras plataformas digitais focadas em vídeos⁵ e explica o exponencial número de espectadores e conteúdos postados — o *app* contabiliza atualmente um bilhão de usuários ativos por mês⁶.

Nesse sentido, este trabalho se propõe a analisar o aplicativo através de duas perspectivas que se cruzam e complementam: a superexposição contemporânea que se dá

¹ Dados referentes a 2022, fonte: <https://pt.semrush.com/blog/estatisticas-tiktok/>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

² Tela onde os conteúdos de um aplicativo, site ou rede social digital são entregues.

³ Daqui para frente referido também através de sua abreviatura, “*app*”.

⁴ Tradução do autor para “*virtual play structures*”.

⁵ O *YouTube*, por exemplo, não oferece grande número de ferramentas criativas e limita o *download* dos vídeos aos usuários *premium*. No entanto, é possível perceber uma tentativa por parte dessas plataformas de cada vez mais oferecerem tais ferramentas para o usuário.

⁶ Dados referentes a 2022, fonte: <https://pt.semrush.com/blog/estatisticas-tiktok/>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

através da internet e do *smartphone*⁷ com câmera — responsáveis pelo enorme volume de registros audiovisuais presentes na plataforma e em outros lugares da internet — e a dinâmica de *Found Footage* — proposta estética do cinema de arquivo, baseada em encontro e reapropriação de material.

Como mencionado, é preciso pensar a natureza e o sucesso do *TikTok* através de uma ideia de superexposição dos sujeitos na internet. Dado que alimenta isso é o fato de que, em 2015, a cada dois minutos eram produzidas mais imagens do que o total de fotos registradas nos 150 anos anteriores (EVELETH, 2015)⁸. Esse número expressivo pode ser entendido como resultado de dois fatores-chave: a popularização do celular com câmera e acesso a internet — um dispositivo de projeção do sujeito (BEIGUELMAN, 2021, p. 33) — e uma necessidade constante e pungente do indivíduo contemporâneo de se registrar e narrar — o ser humano é constituído por relatos e depende da linguagem para afirmar suas características e vivências (SIBILIA, 2016, p. 57).

Espaço de trocas audiovisuais, o aplicativo *TikTok* é um espaço de partilha mútua, onde o criador de conteúdo (chamado de *tiktoker*) muitas vezes se confunde com o espectador: ferramentas diversas permitem a interação e troca constante entre o conteúdo que é consumido e o conteúdo que é (re)produzido. Portanto, é cara a essa pesquisa uma tentativa de enxergar o *Found Footage* (*FF*) como um denominador essencial deste fenômeno. Termo advindo do campo cinematográfico e, mais precisamente, do cinema de Arquivo, o *FF* é compreendido como uma dinâmica estética de apropriação e ressignificação, que tem em seu cerne o uso de materiais previamente concebidos encontrados ou descobertos pelo novo realizador (ADRIANO, 2015, p. 63). Apesar de muito diversas e erguidas através de diversos formatos, visões, temas e propostas, é importante frisar que as obras *Found Footage* dividem uma característica basilar ao impescindirem de, no mínimo, dois sujeitos: o primeiro, que gera o **material base**, e que muitas vezes é anônimo, desconhecido ou está alheio ao que é feito com seu material; o segundo, que para construir sua obra se apropria do **material base** produzido outrora pelo primeiro. Como exemplo da diversidade dessas produções, cito 3 obras: *Das ruínas a reexistência* (Carlos Adriano, 2004-2007), onde o cineasta se apropria de imagens cuja origem ele conhece — imagens captadas para filmes inacabados de Décio Pignatari (1927-2012) rodados nos anos sessenta. Já em *Filme dos outros* (2014), o cineasta Lincoln Péricles constrói uma narrativa a

⁷ Os termos *smartphone* e *celular* serão usados a partir daqui como sinônimos.

⁸ Texto “*How Many Photographs Of You Are Out There in the World?*” disponível em theatlantic.com/technology/archive/2015/11/how-many-photographs-of-you-are-out-there-in-the-world/413389/. Acesso em: 20 de mar. de 2023.

partir de imagens encontradas em celulares furtados — cujos donos ele não conhece. Por último, o videoclipe da faixa *Car Crash* da banda inglesa *IDLES*, construído através da reedição de cenas do curta-metragem experimental *File on Motor Transgression, 2011* (2012) — filme em que o realizador Matthew Cusick se apropria e compila imagens do cinema norte-americano do séc. XX envolvendo perseguições e acidentes de carro⁹. Se muitas vezes no campo cinematográfico é difícil discernir e apontar uma origem precisa ou concreta de tais arquivos usados em obras de *FF*, essa entendimento se torna praticamente impossível no mundo da internet: devido à exuberante quantidade de mídias e arquivos que circulam pela rede mundial de computadores, os processos de constante deslocamento e reapropriação acabam por apagar suas origens (BEIGUELMAN, 2021, p. 181)¹⁰. No entanto, para esta pesquisa interessa mais o destino que é dado para tais imagens do que sua origem. Os trabalhos *The archive effect: Archival footage as an experience of reception*, de Jaimie Baron (2012) e *Archiveology: Walter Benjamin and archival film practices*, de Catherine Russel (2018) surgem, então, como referências para se pensar a apropriação de imagens, bem como a pesquisa do supracitado Carlos Adriano e o texto *Recycled Images: the art and politics of found footage films*, de William C. Wees (2021).

Este trabalho busca analisar o aplicativo *TikTok* como uma plataforma alimentada por uma produção que aponta para o *Found Footage* impulsionada pela superexposição audiovisual contemporânea. Propõe-se então pensar as seguintes questões: como o auto registro do sujeito contemporâneo acontece no *TikTok* e na internet como um todo? Sendo o *FF* um conceito advindo do campo cinematográfico, é possível aproximá-lo das produções atuais concebidas e compartilhadas na internet? Como e através de quais ferramentas se dá a produção *FF* no *TikTok*?

Frente à novidade do aplicativo e sua incipiente análise, esta pesquisa se faz importante para propiciar novas ideias relacionadas à essa nova produção de conteúdo, bem como buscar uma aproximação do mundo do cinema com produções audiovisuais da internet.

⁹ *Car Crash* pode, ainda, ser entendido ainda como um *Found Footage* duplo: o **material base** do qual Cusick se apropriou é novamente apropriado na produção do videoclipe.

¹⁰ Neste trecho da obra, Gisele se refere especificamente aos *memes*. Porém essa característica volátil e imprecisa se aplica não só aos *memes*, mas a praticamente todo material audiovisual presente na internet.

1 Superexposição online e auto registro do sujeito contemporâneo

Ponto crucial para analisar o *TikTok*, a superexposição do sujeito contemporâneo pode ser explicada através de diversos fatores. Entre eles, esse trabalho se detém sobre a combinação do acesso à internet com a presença de câmeras digitais portáteis nos *smartphones*. Para entender o atual cenário, cabe voltar um pouco no tempo.

Em 1976, a empresa japonesa JVC lançou ao mundo o *VHS* (*video home system*), um sistema de captura e exibição de imagens registradas em fitas eletromagnéticas facilmente operadas por leigos¹¹. Antes disso, as possibilidades de registro imagético eram limitadas às câmeras analógicas de película que inprescindiam de todo um sistema técnico-mecânico muito caro e espaçoso (película fotossensível, laboratório de revelação, projetor etc) para que a imagem fosse registrada, pós-produzida e exibida. O *VHS* não só diminuiu o tamanho do aparato tecnológico necessário para capturar e consumir imagens em movimento como também popularizou o registro amador/familiar ao redor do mundo (SOMMERFIELD, [sd]¹²). A partir deste momento foi estabelecida a tônica das novas tecnologias da imagem voltadas para o público amador: diminuir o tamanho dos dispositivos de captura e aumentar as possibilidades/quantidades de imagens produzidas. Os *smartphones* com câmera são o exemplo perfeito — e também mais atual — desta linha do tempo, estando “no centro da mudança social na prática da fotografia” (LEMOS e DE SENA, 2018, p. 8).

Além de portáteis e de fácil uso na captura de imagens, *smartphones* oferecem também, em um só dispositivo, possibilidades de edição e exibição/compartilhamento (KOSKINEN, 2004, p. 5). Por serem parte essencial na vida de boa parte da população mundial¹³ e serem dispositivos que “seguem as pessoas em todos os lugares” (p. 4)¹⁴ por concentrarem diversas funções importantes para o cotidiano, configuram um novo modo de representação e registro na contemporaneidade: o celular oferece também uma câmera sempre à distância de alguns poucos toques na tela (p. 4). Isso facilita e incentiva que até as coisas mais banais do dia a dia sejam capturadas pelos sensores digitais, armazenadas tanto

¹¹ Ainda antes, em 1975, a empresa Sony lançou seu sistema *Betamax*. No entanto, as câmeras *Betamax* eram muito mais caras e pesadas que a *VHS*, por isso o segundo sistema se popularizou com mais força e hoje é entendido como o precursor do vídeo amador (SOMMERFIELD, [sd]).

¹² Disponível em:

<https://legacybox.com/blogs/analog/how-did-vhs-tapes-affect-television#:~:text=The%20VHS%20was%20the%20first.wanted%20practically%20at%20any%20time>. Acesso em: 20 de mar. de 2023.

¹³ Uma pesquisa realizada em 2021 pela empresa *Strategy Analytics* afirma que 3,85 bilhões de pessoas possuem celular, quase metade da população mundial. Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/mercado/220009-pesquisa-estima-metade-populacao-mundial-tem-martphones.htm>. Acesso em: 20 de mar. de 2023.

¹⁴ Tradução do autor para “*follow people everywhere*”.

na memória física do *smartphone* quanto na quase infinita galeria digital da *web* e compartilhadas com o mundo. Pode-se entender essa produção de conteúdo do mundo atual como um imenso banco de dados (ADRIANO, 2015, p. 63) constituído por *arquivos instantâneos*: ao serem concebidos já estão disponíveis na rede mundial de computadores para serem vistos, discutidos e reapropriados.

Claro, a qualidade das imagens produzidas por estes aparelhos não se compara às produzidas por câmeras de película ou por câmeras digitais utilizadas pelo cinema. Existe, sim, uma distância no que tange a natureza estética-técnica presente em conteúdos tidos como cinematográficos/profissionais e conteúdos digitais captados por equipamentos mais acessíveis como os já citados (BEIGUELMAN, 2021, p. 33). Aqui cabe trazer a definição da cineasta e pesquisadora alemã Hito Steyerl em relação à essa dicotomia imagética: batizadas de **imagens pobres**, produzidas e compartilhadas aos milhões na internet, são caracterizadas como imagens “comprimidas, reproduzidas, rasgadas, remixadas, copiadas e coladas em outros canais”¹⁵ e “liberadas dos cofres do cinema e jogadas na incertidão digital”¹⁶ (STEYERL, 2009, p. 1). Já as **imagens ricas** são definidas como “mais brilhantes e impressionantes, mais miméticas e mágicas”¹⁷ (p. 3). Assim, é possível entender que essas características configuram os smartphones e suas imagens como um “espaço de reinvenção do direito de projeção do sujeito”, “subvertendo os modos de fazer (enquadrar, editar, sonorizar), mas também os modos de olhar, de ser visto” (BEIGUELMAN, 2021, p. 33).

Ainda nesse sentido, tais características também transformam o usuário em um misto de produtor, editor, crítico, co-autor (STEYERL, 2009, p. 6), narrador e personagem (SIBILIA, 2016, p. 57). Portanto, é de suma importância entender a superexposição contemporânea do sujeito como uma produção de **imagens pobres** e, conseqüentemente, **imagens populares** — imagens que conectam pessoas diferentes com realidades e vivências parecidas, “imagens que podem ser feitas e vistas por muitos” (STEYERL, 2009, p. 6)¹⁸, onde o principal ponto é a possibilidade de compartilhamento em massa e não sua qualidade técnica (LEMOS e DE SENA, 2018, p. 8). O *smartphone* com câmera pode, então, ser considerado um dispositivo amador de captura de imagens que prolifera a presença de

¹⁵ Tradução do autor para “*compressed, reproduced, ripped, remixed, as well as copied and pasted into other channels*”.

¹⁶ Tradução do autor para “*liberated from the vaults of cinemas and archives and thrust into digital uncertainty*”.

¹⁷ Tradução do autor para “*more brilliant and impressive, more mimetic and magic*”.

¹⁸ Tradução do autor para “*images that can be made and seen by the many*”.

narrativas vitais¹⁹ (SIBILIA, 2016, p. 62) na internet: ele está sempre à disposição para registrar tudo que o usuário quiser. Devido a essas imagens de registros cotidianos serem “produzidas por mídias móveis portáteis, seu caráter precário e instável intensifica o efeito de real que elas provocam”, estimulando o espectador a “colaborar, a participar da difusão e da alteração das imagens, tornando-se ele mesmo produto” (BRASIL e MIGLIORIN, 2010, p. 128-129).

Além das questões de produção acima debatidas, cabe pensar o motivo e o modo como tais imagens são consumidas e compartilhadas. A chave desse fenômeno aponta para a necessidade do sujeito com câmera de pertencer e manter laços através da produção de imagens tanto especificamente de si — a *selfie*²⁰, por exemplo — como de coisas que constituem sua rotina e mundo particular — registros de seus animais de estimação, dos lugares que frequenta, etc. (REBS e RECUERO, 2020, p. 3). A pesquisadora Raquel Recuero, ao pensar na configuração das redes sociais no mundo digital, as define da seguinte forma:

[...] uma metáfora estrutural para que se observem grupos de indivíduos, compreendendo os atores e suas relações. Ou seja, observam-se os atores e suas interações, que por sua vez, vão constituir relações e laços sociais que originam o “tecido” dos grupos. [...] Nessa metáfora, os laços ou relações sociais constituem as conexões entre os nós (ou nodos) que são os atores sociais (RECUERO, 2017, p. 21).

Pode-se pensar então as redes sociais digitais como reconstruções de identidade no outro lado da tela (TURKLE, 2009, p. 177). O indivíduo replica, de certa maneira, as necessidades de comunicação e pertencimento que já apresenta na “vida real”. Ao procurar “tecer contatos e estabelecer relações íntimas com os outros, tentando seduzi-los com o brilho de sua vida singular” (SIBILIA, 2016, p. 304), o sujeito contemporâneo encontra na sua superexposição a chave para se sentir vivo — “o que se *é* deve ser *visto*” (p. 305).

2 Found Footage e internet

Dentro do campo cinematográfico da *arquivologia* — que a autora Catherine Russel define como o “uso de arquivo de imagem como uma linguagem” (RUSSEL, 2018, p. 12) — a prática do *Found Footage* desponta como uma das mais importantes no que tange o

¹⁹ Narrativas que dizem respeito a tudo que faz parte da constituição da vida de um indivíduo: seus gostos, medos, vivências, dia a dia, conexões interpessoais etc.

²⁰ Autorretrato geralmente feito com o celular na mão.

debate sobre apropriação e autoria²¹. Existente desde as primeiras décadas do cinema (*A Queda da Dinastia Romanov* de Esfir Shub, 1927, por exemplo), carrega consigo as noções de montagem estipuladas na União Soviética: Kuleshov, Vertov e Eisenstein defendiam a ideia de que encadear planos diferentes um atrás do outro pode criar novos significados para as imagens (ELSAESSER, 2014, p. 2). Com isso, essa prática configura-se como algo que parte da pós-produção e não da produção. As obras *Found Footage* “reciclam, reeditam e ressignificam imagens alheias, alhures” (ADRIANO, 2014, p. 1), o trabalho do realizador é o do encontro, da apropriação e da (re)montagem. Em seu texto *A Taxonomy of Digital Video Remixing: Contemporary Found Footage Practice on the Internet*, Eli Horwatt resume o procedimento como “prática de apropriação de material [...] preexistente com o objetivo de desnaturar, desviar ou recontextualizar imagens”²² (HORWATT, 2009, p. 76). Além disso, é importante notar o procedimento *FF* como derivado de outros campos da arte. Nicole Brenez e Pip Chodorov apontam a foto-colagem/fotomontagem dos anos 1920 e a colagem cubista como movimentos influenciadores (BRENEZ e CHODOROV, 2014, p. 3) e Thomas Elsaesser indica o Dadaísmo como aproximação estética no que diz respeito à apropriação de materiais já existentes (ELSAESSER, 2014, p. 2).

Ponto basilar da produção *FF*, o *encontro*²³ é definido pela pesquisadora Jaimie Baron como matriz primordial do audiovisual de apropriação: este existe e opera em contraposição ao uso de materiais produzidos pelo realizador especificamente para dado filme ou obra (BARON, 2012, p. 103). Enquanto o cinema "convencional" se preocupa em captar novas imagens e a partir delas criar narrativas e significados, o *Found Footage* preza pelo uso e reinterpretação de imagens alheias para criar algo novo. É imprescindível que exista uma base a ser encontrada-apropriada para que exista uma obra *FF*.

Toda essa base teórica cinematográfica relacionada a essa prática de *Found Footage* constrói o substrato sob o qual este trabalho se ergue, mas é essencial notar que outros pontos surgem quando se pensa a produção presente na internet.

O primeiro diz respeito à origem dos materiais. Como já citado, o campo da internet aponta para uma produção de **imagens pobres**, no entanto é importante ressaltar que **imagens ricas** convivem e circulam também neste meio. Com isso, faz sentido entender esses dois tipos de imagens como apenas canais diferentes através dos quais registros podem

²¹ Aqui cabe citar outras estéticas cinematográficas de arquivo, como a obra do lituano Jonas Mekas, que se serve de imagens de arquivo de sua própria autoria, apontando para uma produção diferente do *Found Footage*.

²² Tradução do autor para “[...] the practice of appropriating pre-existing [...] footage in order to denature, detourn or recontextualize images”

²³ Tradução do autor para “foundness”.

ser feitos. É possível, então, agrupar ambos tipos de imagens através da característica que mais interessa a este trabalho: são materiais que, depois de sua concepção inicial, se tornam *ready-made* (ELSAESSER, 2014, p. 2), prontos para serem apropriados. Portanto, tendo em vista que a plataforma aqui analisada existe exclusivamente em meio digital, e seus conteúdos são majoritariamente provenientes de bases digitais, cabe tratar aqui esses dois tipos de imagens como detentoras do mesmo prestígio quando se pensa a realização *Found Footage*.

O segundo ponto reflete sobre a disponibilidade de tais materiais. Se por um lado alguns realizadores se apropriam de imagens raras e de difícil acesso, como evidencia a filmografia do brasileiro Carlos Adriano — que se utiliza de imagens históricas de importantes figuras brasileiras, como o inventor Santos Dumont e o músico Vassourinha —, a internet oferece um mar praticamente infinito de conteúdo para o realizador *FF* se apropriar. Como mencionado no capítulo anterior, a superexposição do sujeito contemporâneo gera uma miríade de dados (fotos, vídeos, textos etc.) que facilitam o contato do usuário com materiais dos mais diversos, tudo à distância de poucos cliques.

Desde registros oficiais sobre figuras históricas que remontam a séculos passados, até *vlogs* pessoais do cotidiano de pessoas comuns, (praticamente) tudo produzido pela humanidade está, de alguma forma, presente no mundo online, de forma consideravelmente acessível para quem procura (ELSAESSER, 2014, p. 8). Desse modo, se reforça a ideia de que o trabalho de quem realiza (conscientemente ou não) *FF* no mundo digital está relacionado a etapas de pós-produção: procura, curadoria e montagem²⁴. Por não precisar produzir tais imagens, o realizador *FF* se preocupa em encontrar tais materiais, selecionar quais fazem sentido para seu objetivo e por fim editá-los e combiná-los em algo novo. A etapa inicial, de captura e criação imagética, já se encontra realizada graças aos milhões de computadores, câmeras e *smartphones* conectados em todo o mundo.

O terceiro ponto importante de se ressaltar diz respeito ao que é feito com estes materiais apropriados na internet. Eles podem:

A) ser pós-produzidos com o intuito de gerar algo novo, como uma crítica sobre a própria natureza de tais imagens, uma reflexão sobre seu conteúdo, ou até mesmo uma intervenção sem muitos objetivos contestatórios além da ideia de interação/degradação de tal arquivo (WEES, 1993, p. 10 e STEYERL, 2009). Neste caso, como será explorado mais a

²⁴ Sobre essa questão, é importante ressaltar que não necessariamente o realizador *FF* da internet é alguém que se dedica ao estudo e compreensão desta dinâmica ou o faz conscientemente, muito pelo contrário: sendo a reapropriação em massa uma das características basilares da *web* como aponta Lemos (2001), quase todo usuário digital interage com o *Found Footage*, sendo através da produção ou somente do consumo.

frente, existem diversas ferramentas e dinâmicas que operam ao encontro disso — cito o caso do videoclipe da faixa *Mamma Mia* da artista Potyguara Bardo, construído através de diversos vídeos e imagens do universo digital brasileiro;

B) sem muitas intervenções estéticas ou narrativas, ser apenas reinterpretados através da simples mudança de plataforma/contexto — cito o longa-metragem *Dinho Baloy* (André Berzagui, Dinho Baloy, Eloisa Soares, Gianluca Cozza e Leonardo da Rosa, 2019), composto por registros pessoais postados na plataforma *YouTube* que, ao serem compilados em um filme, mudam sua natureza receptiva e exibitória.

Assim, é possível pensar que o conceito de *Found Footage* não só dialoga com estéticas presentes no *TikTok* mas também compõe parte de seus conteúdos. Além disso, o *FF* parece corroborar e manter uma característica basilar da internet: é uma terra (praticamente) sem lei (LEMOS, 2001, p. 48-49), onde tudo está ao alcance de todos e onde o conceito de autoria é um tanto vago e difuso.

Ainda nesse sentido, o quarto ponto diz respeito à ética de apropriação no mundo da internet. O texto *A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras* de André Brasil e Cezar Migliorin traz noções importantes sobre esse assunto:

[...] como que surgidas espontaneamente, estas imagens apagam, negligenciam ou, ao menos, tornam nebuloso o pólo da enunciação, assim como as – várias e complexas – mediações que as constituem. Elas surgem, então, “naturalizadas”, como se produzidas autonomamente, como se disseminadas por todos e por ninguém. (BRASIL e MIGLIORIN, 2010, p. 128).

Ao passo que o sujeito contemporâneo se torna cada vez mais produtor de suas próprias imagens, a infinidade da internet acaba, paradoxalmente, escondendo cada vez mais os traços de autoria. Essas imagens são “produzidas e difundidas por meios através dos quais ninguém pode (ou ninguém precisa) ser nomeado (e responsabilizado) como difusor” (BRASIL e MIGLIORIN, 2010, p. 128). Brasil e Migliorin ainda complementam:

Diante do anonimato dos produtores das imagens, da virulência de sua circulação, da participação “colaborativa” (mas diluída) dos espectadores, entramos em uma rede de “desautorizações”. A existência das imagens se torna, então, um fato natural, fora do domínio da ética. Ou, em outros termos, ela constitui uma espécie de ética cínica, que se vale da indistinção, da ambiguidade e da indeterminação para se desvencilhar do enfrentamento das contradições. (BRASIL e MIGLIORIN, 2010, p. 130).

Apresentado isso, este trabalho compreende que a própria natureza de fluxos da internet parece diminuir o impacto de questões éticas ligadas à reapropriação e uso de imagens de terceiros.

3 Metodologia

Este trabalho configura-se como uma pesquisa quanti-qualitativa, método de pesquisa que objetiva tanto analisar o assunto através de quantificações e dados numéricos, quanto compreender suas realidades e implicações sociais (SOUZA e KERBAUY, 2017, p. 34). O desenvolvimento se deu em dois núcleos: o primeiro se deteve na interface do aplicativo *TikTok*. Já o segundo visou observar o conteúdo em si presente na plataforma.

3.1 Interface

Nesta primeira etapa, objetivou-se entender como a interface e as ferramentas do *app* funcionam e como é possível utilizá-las. Para tanto, primeiramente foi realizada uma coleta de dados através da navegação pelo aplicativo, capturas de tela e pesquisa no site oficial da plataforma. Com esses dados em mão, foi confeccionada uma tabela contendo cada ferramenta e sua respectiva função e usabilidade. Esta observação se fez importante pois estes dados coletados permitiram entender como os conteúdos são construídos.

3.2 Conteúdo e *feed*

Nesta etapa, o foco se deu sobre os vídeos postados no *app*. Para isso, foi importante realizar uma coleta de dados em dois lugares diferentes, visando alcançar uma parcela maior em relação às dinâmicas de conteúdo existentes. No primeiro campo (um perfil criado do zero na plataforma), apontando para uma linha mais quantitativa, os vídeos foram analisados e tabelados levando em conta a presença ou não de conteúdo de terceiros (*FF*), tipos de ferramentas apropriativas/ressignificadoras, conteúdo imagético e dados numéricos (número de curtidas, compartilhamentos, salvamentos e comentários). Tais características foram observadas visando contabilizar a presença de conteúdo *Found Footage* na plataforma, bem como a recepção de tal conteúdo no aplicativo. Já através do segundo campo observado (a página brasileira de conteúdo humorístico *South America Memes*) objetivou-se um entendimento mais qualitativo sobre o *Found Footage* na plataforma, atentando para dinâmicas criativo-estéticas e esquematizando quais técnicas foram usadas para a criação de tais vídeos. Em mais detalhes:

A) Perfil criado do zero: o autor criou um perfil novo no *app*. Neste perfil, foram observados os 50 primeiros vídeos entregues pelo aplicativo durante a manhã do dia 23 de abril de 2023. Cabe destacar o motivo da criação de um perfil novo: uma conta previamente utilizada já estaria “contaminada” com escolhas feitas pelo algoritmo. Assim, ao observar e coletar os dados sobre os vídeos, evitou-se ao máximo qualquer tipo de interação com o conteúdo: os vídeos não foram curtidos, comentados, compartilhados ou salvos.

B) Página *South America Memes*: contando com quatro milhões de seguidores e mais de 150 milhões de curtidas, a página *South America Memes* tem o conteúdo humorístico como seu foco. Foi realizada uma coleta de dados abrangendo o material publicado durante todo o mês de março de 2023, totalizando 100 vídeos. O motivo da escolha de tal página é sua tendência de publicação de vídeos produzidos através de materiais de terceiros, que conseqüentemente apontam mais diretamente para o *found footage*. Assim, é possível (através desta) analisar como tais conteúdos são construídos no *TikTok*. É importante também, ainda a respeito da escolha da página, ressaltar que em análise prévia do aplicativo — realizada pelo autor — já tinha sido detectada uma tendência de maior presença de conteúdo *FF* em páginas voltados para o humor (a título de curiosidade: as páginas *meltevideos* e *saquinhodelixo*, também voltadas para o humor, foram cogitadas como alvos de pesquisa. No entanto, a *South America Memes* apresentou maior variedade de conteúdo, assim como números de engajamento (curtidas, seguidores) mais expressivos que as outras duas.

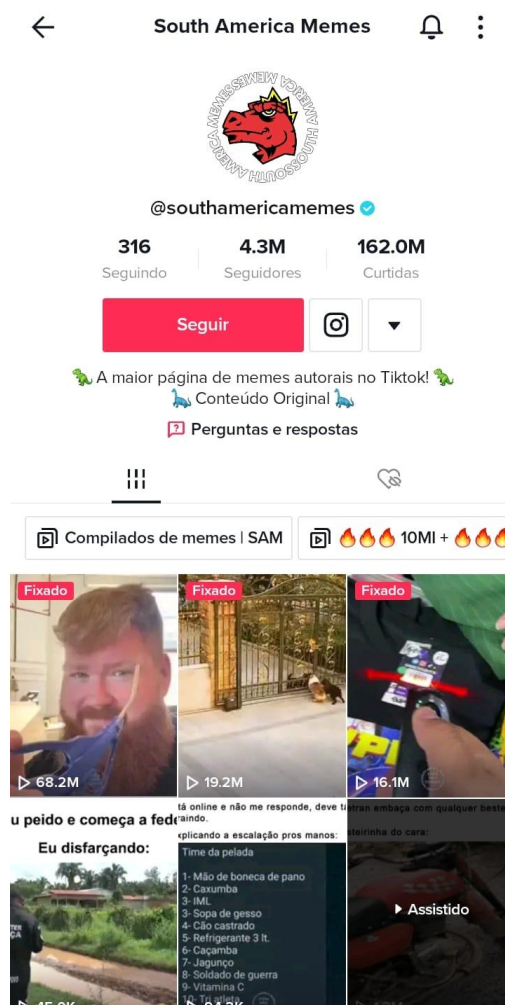


Figura 1 - Tela inicial da página *South America Memes* no *TikTok*.
 Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular em 30 de abr. de 2023.

4 Definições de termos para análise de dados

Antes de analisar e pensar os dados obtidos na etapa de coleta, cabe trazer explicações em relação aos termos classificatórios usados no trabalho. Em primeiro lugar, usa-se o termo **material base** para classificar todo vídeo que se encontra “intocado”, que existe sem ter passado por ressignificações ou reapropriações e que é analisado levando em conta sua natureza básica. Já o termo **conteúdo final** diz respeito aos vídeos observados na plataforma *TikTok* e que possuem, em maior ou menor grau, algo que os ressignifique/reaproprie, ou seja: são materiais *Found Footage*. Abaixo, estão listados os itens que foram observados na pesquisa.

- **Natureza do material:** quanto à sua natureza e origem, os **materiais base** podem ser classificados em três grupos:

1) **Vídeo online de alcance público (VOAP)**: todo e qualquer material audiovisual disponível na internet cuja origem não pode ser traçada com facilidade. Conteúdo que, devido a falta de possibilidade de identificação de autoria, é considerado por essa pesquisa como anônimo, cuja presença online não necessariamente o dono/realizador conhece e/ou concorda. Pode ser entendido como conteúdo concebido com o intuito não de exposição em massa, mas sim de simples registro. No entanto, ao serem inseridos na internet acabam fazendo parte do imenso banco de dados digital e se tornam disponíveis para todos que acessam a web. Como será visto mais adiante, esse conteúdo aponta sempre para o *found footage* quando encontrado na plataforma, justamente devido às suas características acima mencionadas. Dentro desta categoria, a análise possibilitou identificar dois tipos principais de conteúdos imagéticos:

- a) registros do cotidiano: jogos de futebol, interações com animais de estimação, idas ao mercado, tombos de bicicleta etc;
- b) *gameplays*: capturas de tela de jogatinas de videojogos²⁵;

2) **Vídeo online de criadores digitais (VOCD)**: materiais audiovisuais disponíveis na internet cujas origens podem ser traçadas e cujos donos são identificados através da presença do rosto do criador, de marcas d'água, de logos, intros, assinaturas etc. O termo **criador digital** é entendido como uma figura pública que se utiliza da internet para a geração de conteúdo, inserindo seu nome e seu corpo no mundo digital por escolha própria (*tiktokers*, *youtubers*, influenciadores digitais etc.). Nessa categoria se enquadram *vlogs*, esquetes humorísticas, *livestreams*, cortes de *podcast* etc. Os assuntos variam: comentários sobre esportes, resenhas de livros e filmes, registros do dia a dia, danças, entre outros. São materiais vindos de diversos lugares da internet: plataformas como *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e o próprio *TikTok*. Esse conteúdo foi encontrado tanto em seu estado puro (gravado por um *tiktoker* e postado na plataforma, por exemplo) quanto ressignificado através de ferramentas apropriativas.

3) **Produto audiovisual mercadológico (PAM)**: filmes, episódios de séries e programas de televisão (ficcionais, documentais ou experimentais, brasileiros ou estrangeiros) e peças publicitárias em vídeo. Produtos produzidos em um regime mais profissional de produção e distribuição.

²⁵ As *gameplays* podem ser enquadradas como conteúdo de criador digital, no entanto as aqui identificadas como **COAP** o são devido a falta de identificação do criador.

- **Ferramentas apropriativas e ressignificadoras:** aqui estão listadas as ferramentas que a pesquisa entendeu como criadoras e agenciadoras da presença de conteúdo *Found Footage* no aplicativo. São as dinâmicas audiovisuais que transformam o **material base** em material apropriado e ressignificado, agenciando a mudança do conteúdo “puro” para uma produção *Found Footage*. São elas:
 - A) **Adição de áudio:** ferramenta que incorpora ao **material base** algum tipo de áudio, como trechos de músicas, comentários falados, efeitos sonoros etc. Esses sons adicionam, de forma geral, outras camadas de significação para o conteúdo puro, podendo existir tanto para reforçar o que é visto no vídeo quanto para subverter, criticar ou gerar humor.
 - B) **Inserção de texto escrito:** ferramenta que incorpora ao **material base** caracteres legíveis contendo frases de efeito, descrições do vídeo base, comentários etc. Não necessariamente condiz com as outras informações presentes no vídeo (como a imagem e o som). Exemplo na imagem à esquerda da Figura 2.
 - C) **Legendagem:** ferramenta que incorpora ao conteúdo base uma camada de legenda, que visa traduzir a linguagem oral para a escrita. Seu uso é motivado por diversos fatores, como a dificuldade de compreensão do texto falado, a tradução de um idioma para outro ou simples reforço do que é comunicado verbalmente pelo **material base** (SHUTTLEWORTH e COWIE, 1997, p. 161-162). Pode ser acrescida de *emojis* e *emoticons*²⁶. Dentre as ferramentas citadas, é a que se sobressaiu como a que menos altera o **material base**, trabalhando quase sempre para reforçar a mensagem original do vídeo. Sua influência na criação *FF* é mínima: a maneira como ressignifica o material é apenas adicionando uma camada de informação (GOTTLIEB, 1997, p. 141 e PEDERSEN, 2005, p. 13) que visualmente altera o material original sem necessariamente alterar/ressignificar seu sentido. Exemplo na imagem central da Figura 2.
 - D) **Montagem criativa:** ferramenta que trabalha imgeticamente o **material base**. São exemplos a sobreposição e incrustação de imagens/vídeos (DUBOIS, 2004, p. 82), a (re)mixagem visual²⁷ e o

²⁶ *emoticons* são combinações de caracteres que formam figuras semelhantes a rostos e expressões faciais; já os *emojis* são pictogramas que servem como representações de emoções, símbolos ou objetos.

²⁷ Alterações de cor, luminosidade, contraste, *framerate*, *aspect ratio*, etc.

encadeamento/sequenciamento de planos e imagens. Aqui cabe destacar as ferramentas nativas do *TikTok* que também trabalham com a **montagem criativa**: os chamados **Efeitos**, muito populares no aplicativo, funcionam alterando a imagem captada pela câmera do celular²⁸; **Costurar**, ferramenta que permite inserir outros vídeos do *TikTok* no conteúdo que está sendo criado²⁹; **Dueto**, ferramenta que permite a publicação de um vídeo lado a lado com vídeos preexistentes do *TikTok*, mantendo os dois em tela ao mesmo tempo³⁰. Exemplo na imagem à direita da Figura 2.

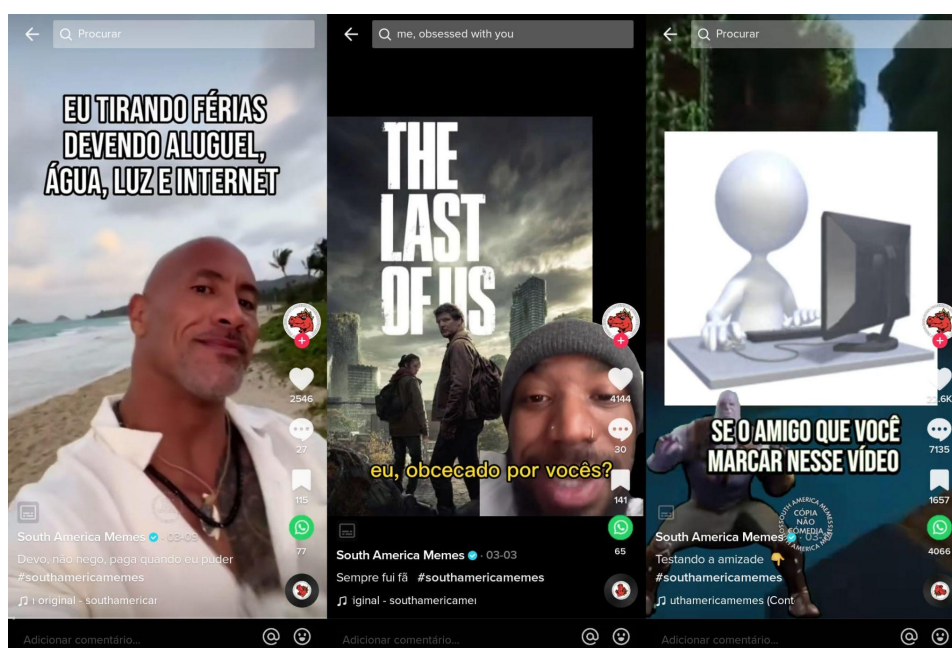


Figura 2: Capturas de tela de conteúdos da página *South America Memes* no *TikTok*.
Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular em 30 de abr. de 2023.

5 A interface: estrutura, funções, menus, abas, telas

Vital para o entendimento do funcionamento da plataforma, a análise da estrutura visual da interface do *TikTok* permite entender como as dinâmicas criativas e exibitórias se dão no aplicativo.

²⁸ São ferramentas que combinam o uso de inteligência artificial com reconhecimento facial para alterar rostos de pessoas e animais — adicionando orelhas de cachorro a um rosto humano ou inserindo traços humanóides em um gato, por exemplo.

²⁹ Fonte: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/creating-videos/stitch. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

³⁰ Fonte: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/creating-videos/duets. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

Destacadas em azul na porção direita da Figura 3, encontram-se as ferramentas de interação do espectador com o conteúdo consumido e seu criador(a). Estão presentes cinco opções, são elas (de cima para baixo):

- (1) um círculo contendo a foto do criador/página criadora e um ícone de “+” que serve para seguir tal criador(a)/página criadora;
- (2) um ícone de coração que serve para curtir o vídeo que está sendo visto;
- (3) um ícone de balão de fala que permite comentar no vídeo que está sendo visto;
- (4) um ícone de bandeira que permite adicionar o vídeo a uma *playlist* privada para ser visto novamente em outro momento;
- (5) um ícone do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, que concentra uma série ferramentas de compartilhamento (como possibilidades de enviar o vídeo para outras pessoas através do *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, por exemplo)³¹.

Além dessas, alguns conteúdos oferecem ainda as opções de “Salvar vídeo” (que permite ao espectador realizar o *download* do vídeo em seu celular), “Definir como papel de parede” (que também realiza o *download* do vídeo e o adiciona como papel de parede do celular) e “Compartilhar como GIF” (que converte o vídeo em um arquivo .gif para se compartilhado pelo espectador).

³¹ Além das funções de **Relatar** (para informar a plataforma caso o conteúdo apresente algum problema como conteúdo sexual ou informações incorretas), **Não interessado** (que retira o vídeo do feed e impossibilita que o usuário o veja novamente), **Dueto** e **Costurar** (ferramentas apropriativas exploradas mais a frente), **Adicionar aos Favoritos** e **Velocidade de reprodução** (que permite alterar a velocidade em que o vídeo em questão é exibido).

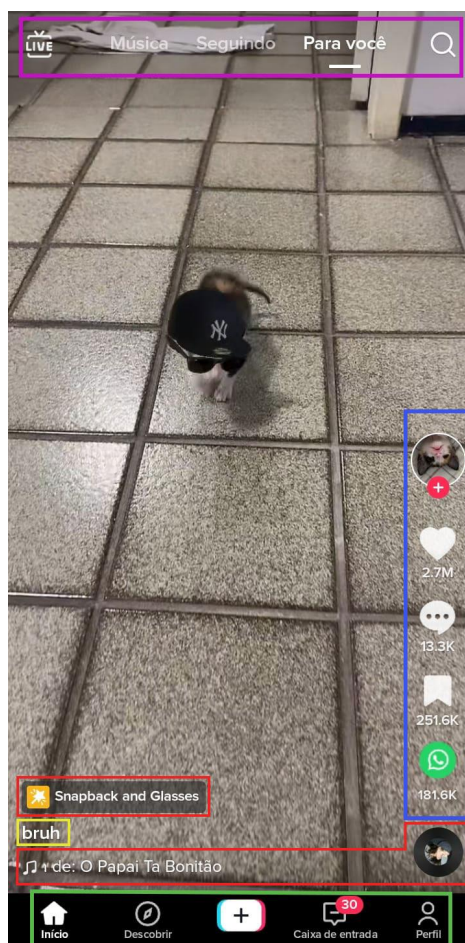


Figura 3: Captura de tela da página inicial do *TikTok* demonstrando os aspectos citados acima.
 Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular em 30 de abr. de 2023.

Em vermelho na parte inferior da Figura 3, estão destacadas as informações sobre qual música e efeito/filtro foram utilizados na criação do vídeo que está sendo exibido³²; em amarelo, destaca-se o espaço reservado para o nome do criador(a)/página criadora.

Na porção inferior da mesma Figura, o destaque em verde mostra um menu que leva a diversos setores do aplicativo. Para melhor organização, vale descrevê-los em forma de lista:

- 1) O primeiro, chamado de “Início”, é a página inicial em que o usuário consome o conteúdo da plataforma. Essa tela inicial é dividida em cinco possibilidades diferentes, destacadas em roxo na parte de cima da figura: “LIVE”, “Música”, “Seguindo”, “Para Você” e um ícone de lupa. Os dois primeiros não interessam tanto a pesquisa, mas cabe notar que são respectivamente as opções que levam para uma aba contendo as *livestreams* realizadas na plataforma e para um *player* de música. Já a opção “Para você”

³² Só aparecem quando o vídeo apresenta tais adições.

é onde os conteúdos de criadores aleatórios são entregues para o usuário, baseado no que o algoritmo determinou como conteúdos interessantes para tal usuário. A opção “Seguindo” leva até o *feed* em que é possível consumir os conteúdos produzidos especificamente por criadores e páginas criadoras que o usuário do aplicativo segue; visualmente, é idêntica à aba “Para você”, o que as difere é a origem do material entregue. Por último, o ícone de lupa permite pesquisar todo o acervo público da plataforma através da inserção de algum termo (na figura, o termo pesquisado foi “Efeito Para Cachorro”); os resultados podem ser navegados a partir de categorias diferentes, como “melhores”, “*hashtags*” etc. (Figura 4).



Figura 4: Captura de tela da aba de pesquisa do *TikTok*.
Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular em 30 de abr. de 2023.

- 2) A opção “Descobrir” (Figura 5) leva a uma aba que permite observar os conteúdos mais relevantes no momento dentro do *TikTok*, subdivididos e agrupados em *hashtags*. Contém também uma barra de pesquisa.

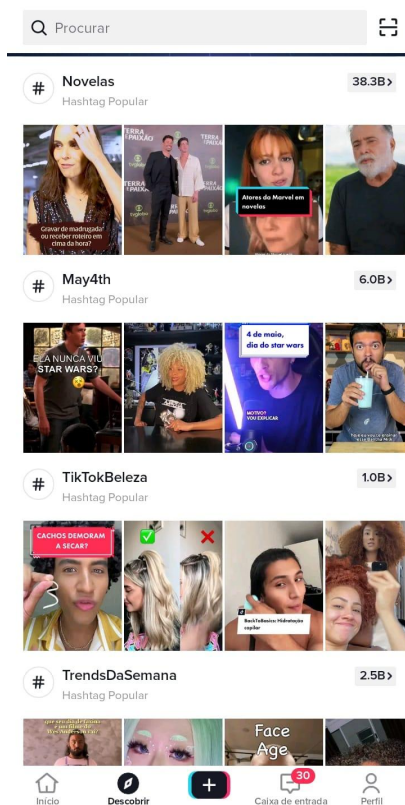


Figura 5 - Captura de tela da aba **Descobrir** do *TikTok*
 Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular

- 3) O terceiro botão, representado por um ícone de “+”, leva o usuário até a aba de criação do *TikTok* (Figura 6). Ao adentrar esta aba, a câmera do celular é ativada e diversas opções de captura, criação e edição são apresentadas. Em amarelo, destaca-se a função de adicionar um som ao vídeo que está sendo gravado (que se relaciona diretamente com a ferramenta apropriativa de **adição de áudio**). Em azul, estão destacadas ferramentas de edição que apontam para a ferramenta apropriativa de **montagem criativa** (como a alteração da velocidade, o uso de filtros de cor e a opção “Maquiagem”, que oferece desde opções básicas de edição de imagem como controle de contraste e brilho até ferramentas mais avançadas de clareamento de dentes e modelagem de nariz, por exemplo). Destacado em verde, se encontram o botão de gravação, o seletor da duração do vídeo, a opção de “Realizar *upload*”³³ (que permite usar/apropriar um vídeo já pronto que esteja presente na galeria do celular do usuário) e a opção de adicionar efeitos de imagem

³³ Cabe ressaltar que as ferramentas disponíveis na aba de criação podem ser usadas tanto em vídeos de autoria do próprio usuário (os gravados na hora com a câmera do celular) quanto em vídeos apropriados (os inseridos através dessa função de “Realizar *upload*”.

(também uma ferramenta de **montagem criativa**). Após o vídeo ser gravado ou ser inserido na aba de criação através da opção “Realizar *upload*” outras opções de **montagem criativa** se tornam disponíveis na tela, como “Legendas”, “Ajustar clipes” e “*Stickers*” (Figura 7).

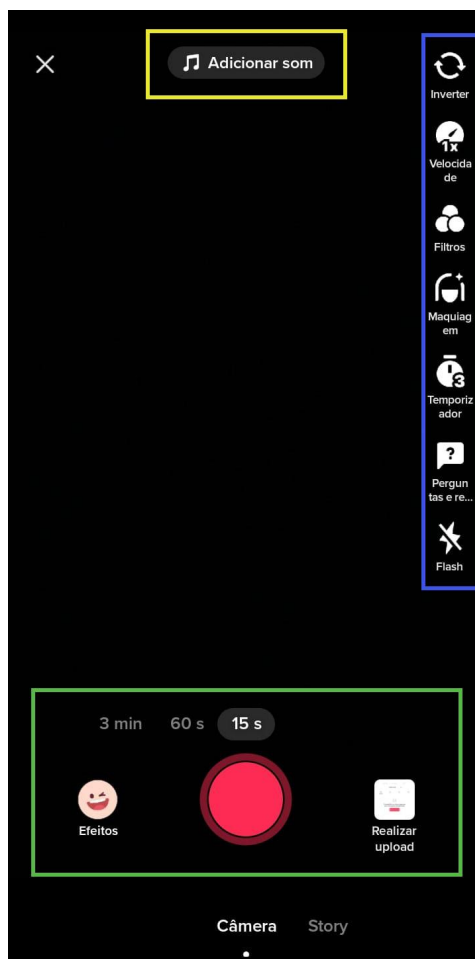


Figura 6 - Captura de tela da aba de criação do *TikTok*.
Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular em 30 de abr. de 2023.

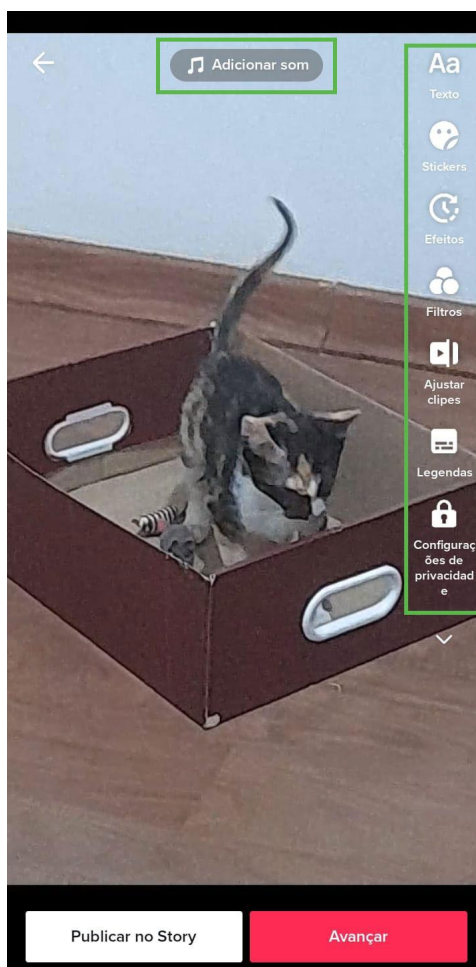


Figura 7 - Captura de tela da aba de criação do *TikTok*.

Fonte: coletado pelo autor no aplicativo *TikTok* para celular em 30 de abr. de 2023.

- 4) A “Caixa de entrada” permite ao usuário acessar suas conversas com outros usuários.
- 5) O botão de “Perfil” leva o usuário até sua aba de perfil, onde pode conferir seus vídeos postados e todas seus dados numéricos (número de seguidores, curtidas etc.).

6 Presença do *Found Footage* no aplicativo *TikTok*

Adentrando o campo das análises e reflexões acerca dos dados coletados, faz sentido primeiro se ater aos dados obtidos através do perfil criado “do zero”. Neste perfil, foram analisados os primeiros 50 vídeos entregues pela plataforma. Os números a seguir estão arredondados, e podem ser conferidos na íntegra através da Tabela 1.

Tabela 1 - Dados coletados através do perfil novo.

CURTIDAS	COMENTÁRIOS	SALVAMENTOS	COMPARTILHAMENTOS	FF	NATUREZA DO MATERIAL BASE	CONTEÚDO IMAGÉTICO	USO DA PLATAFORMA	FERRAMENTAS APROPRIATIVAS/RESSIGNIFICADORAS
184700	1819	9571	15600	SIM	VOAP	registros do cotidiano		adição de áudio
1707020	1396	5754	429	NÃO	VOCD			
104900	6209	6031	6624	NÃO	VOCD			
266900	2394	14900	2145	SIM	VOCD, VOAP	registros do cotidiano	efeitos e narração	montagem criativa, adição de áudio
765000	5013	249700	17600	NÃO	VOCD			
143100	936	5540	9670	NÃO	VOCD			
207000	1084	26200	3413	NÃO	VOCD			
327300	7592	31000	13700	SIM	VOCD, VOAP	vídeo de reação, tutorial	recorte de imagem	montagem criativa
114800	1129	7353	670	NÃO	VOCD		efeitos	
619700	1640	149700	42400	NÃO	VOCD			
4400000	59600	374800	650000	SIM	VOAP	registros do cotidiano		adição de áudio, inserção de texto escrito
223200	1098	24200	943	NÃO	VOCD			
264200	1912	27400	1461	NÃO	VOCD			
420200	3845	26900	19900	SIM	VOAP	registros do cotidiano		inserção de texto escrito
12300000	137900	680200	984800	NÃO	VOCD			
7400000	29700	309100	65900	NÃO	VOCD			
172900	723	23700	1112	NÃO	VOCD			
5600000	21000	466400	413100	NÃO	VOCD			
51000	151	2194	151	NÃO	VOCD			
58700	168	2172	189	NÃO	VOCD			
2100000	5760	276700	25300	NÃO	VOCD			
12000	162	705	56	NÃO	VOCD			
281700	2842	15700	21900	NÃO	VOCD			
460500	4805	25700	31200	NÃO	VOCD			
14500	182	824	446	NÃO	VOCD			
343900	3177	42700	11400	SIM	PAM	cenhas de filme		adição de áudio, legendagem
533000	1923	27400	879	SIM	VOAP	cenhas de filme	efeitos e costurar	montagem criativa
234000	1715	15500	5652	SIM	VOCD, VOAP	imagens de pinturas famosas	efeitos	montagem criativa
400000	1108	35700	1926	NÃO	VOCD		efeitos	
1600000	58000	139000	167100	NÃO	VOCD			
430000	12600	958700	292000	SIM	VOAP	tutorial	só repostagem	
876800	4107	81800	11600	NÃO	VOCD			
200900	266	8165	492	SIM	VOCD, VOAP	imagens de filmes	filtro	montagem criativa, adição de áudio
10400000	27200	432400	97400	NÃO	VOCD			
1300000	7064	67800	6364	SIM	VOCD, VOAP	imagens de celebridades	efeitos	montagem criativa, adição de áudio
59000	447	5613	549	NÃO	VOCD			
109500	259	9566	413	NÃO	VOCD			
119900	233	6874	244	NÃO	VOCD			
314000	916	39000	882	NÃO	VOCD			
212400	881	14600	4658	SIM	VOCD, VOAP	imagens do google maps	efeitos	montagem criativa, adição de áudio
36200	230	2025	390	NÃO	VOCD			
240200	2889	19400	9549	NÃO	VOCD			
264400	402	7952	992	SIM	VOCD, VOAP	cenhas de filme	efeitos	montagem criativa, adição de áudio
48400	72	4036	188	SIM	VOCD, VOAP	cenhas de filme	efeitos	montagem criativa, adição de áudio
898100	48842	97100	49100	NÃO	VOCD			
10400	51	687	30	NÃO	VOCD			
180700	1224	28800	6446	NÃO	VOCD			
137500	1400	10100	366	NÃO	VOCD			
131600	2817	13700	11400	SIM	VOAP	imagens do Tik Tok	efeitos	montagem criativa, adição de áudio
8500000	34000	738200	283000	NÃO	VOCD			
282800	15300	22200	3041	SIM	VOCD, VOAP	imagens do Tik Tok	efeitos e dueto	montagem criativa

Fonte: coleta realizada pelo autor através de um perfil criado do zero no aplicativo *TikTok* em 23 de abr. de 2023.

Entre esses 50 vídeos, foi possível perceber a presença do *Found Footage* em menor quantidade: do total analisado, 16 vídeos eram produções *FF*, contabilizando 32% da amostra. Esses 16 conteúdos possuem em média 599 mil curtidas, 7,5 mil comentários, 96 mil salvamentos e 65 mil compartilhamentos por vídeo. Já os outros 68% que apontam para a ausência de *Found Footage* contabilizam em média 1,6 milhões de curtidas, 11 mil comentários, 112 mil salvamentos e 64,5 mil compartilhamentos por vídeo. Assim, foi possível notar que o *Found Footage* no *TikTok* possui também números menores de engajamento médio: 62,5% a menos de curtidas, 39,2% a menos em comentários, 14,8% a menos em salvamentos. No entanto, o conteúdo *FF* contou com 0,8% a mais no número de compartilhamentos. Esses números, portanto, parecem indicar que o *Found Footage*, apesar de não ser hegemônico, de fato possui certa relevância na plataforma, configurando aproximadamente $\frac{1}{3}$ do conteúdo entregue. O menor número de engajamento pode ser

explicado pela natureza do *TikTok*, que apesar de fornecer ferramentas para a apropriação, ainda entende o conteúdo não-*FF* de seus criadores como mais relevante, fazendo dele sua prioridade para os espectadores. Esse conteúdo de criadores parece também ser uma forma de proteção da plataforma, que tendo controle de quem posta e o que posta, evita os possíveis problemas envolvendo as questões de *copyright*, direitos autorais e quebra das políticas de segurança mencionados anteriormente na pesquisa.

Em relação ao uso de ferramentas nativas do aplicativo, esses 16 vídeos analisados e entendidos como *FF* apresentam os seguintes números: 11 fazem uso de tais funções nativas, configurando 88,7% do total. Dentre estas ferramentas, o uso dos **Efeitos** foi identificado em 90,9% dos casos (10 vídeos); já a ferramenta de **Dueto** foi encontrada em 9% dos casos (um vídeo), mesmo número da ferramenta **Costurar**.

Para analisar melhor a presença do *Found Footage* no *TikTok* e sua configuração e natureza, o próximo capítulo se debruça na análise de uma página inteiramente baseada na apropriação e ressignificação.

7 Características do *Found Footage* no aplicativo *TikTok*

Como já mencionado, a página *South America Memes* foi escolhida como objeto de estudo desta pesquisa por contar com uma produção de conteúdo que aponta em sua totalidade para o *Found Footage*: os conteúdos exibidos são construídos através da reapropriação e ressignificação de arquivos digitais da internet. Assim, foi possível analisar certas características da dinâmica *FF* na plataforma (Tabela 2 presente nos anexos).

Dos 100 vídeos analisados, todos apontam para a presença de *found footage*. Sobre os *materiais base* apropriados nas produções, o **VOAP** aparece como origem única em 81% da amostra. Em 7% dos vídeos, encontra-se **VOAP** acrescido de alguma outra origem (**VOCD** e **PAM**). Já o **VOCD** foi encontrado em 12% dos vídeos (contabilizado os casos em que se encontrava como fonte única e casos em que estava acompanhado de alguma outra fonte)³⁴.

Em relação aos conteúdos imagéticos destes 100 vídeos analisados, foi possível notar a predominância da presença dos **registros do cotidiano**: em 65% da amostra o registro cotidiano foi encontrado sozinho, e em 17% foi encontrado junto a algum outro tipo de conteúdo (*gameplays* e cenas de séries, por exemplo), totalizando sua presença em 82%.

³⁴ A fonte **PAM** foi encontrada, sozinha ou acompanhada de outras fontes, em apenas 6% dos casos. Como é uma fonte de menor importância para o trabalho, apenas ressalvo ela brevemente aqui nas notas de rodapé.

Com esses dados, é possível reforçar a ideia da superexposição do sujeito (SIBILIA, 2016) como fonte importante não só de **materiais base** para apropriação, mas também como da produção total do aplicativo *TikTok*, levando em conta que nos conteúdos de criadores digitais do aplicativo também se nota a grande presença de imagens do cotidiano. Além disso, nos vídeos contendo registros do cotidiano notou-se também a forte presença de imagens de *smartphones*³⁵, o que vai ao encontro da ideia proposta da importância destes dispositivos como ferramentas de criação e de compartilhamento da experiência de vida e também das ideias propostas anteriormente neste trabalho relacionadas a importância das *imagens populares* no meio digital contemporâneo.

Sobre as ferramentas apropriativas e ressignificadoras, evidenciou-se na página analisada a forte presença da ferramenta **inserção de texto escrito** que, sozinha, foi encontrada em 33% dos vídeos, já acompanhada de outras ferramentas foi encontrada em 55%, totalizando 89% dos vídeos analisados. Dois motivos surgem quando se analisa as razões por trás destes números: a característica estilística-criativa da página *South America Memes* — que tem na incorporação do texto escrito um importante ponto de sua estética (como a Figura 7 demonstra) — e também a facilidade que o texto escrito oferece em relação à subversão do conteúdo imagético e consequente criação de humor — através da palavra escrita, é mais fácil imprimir com mais clareza e facilidade as ideias do criador sobre o **material base**.

Outro ponto importante de se notar em relação à ferramenta de **inserção de texto escrito** é a presença do termo *eu*. Em diversos conteúdos o texto adicionado contém a inserção da primeira pessoa do singular, fato que gera um efeito de aproximação que leva o **material base** apropriado ao encontro do conteúdo *FF* resultante, bem como leva também o **material base** ao encontro do realizador que se apropria de tal imagem. É como se, ao se apropriar do material e inscrever o seu *eu* sobre o vídeo, o/a criador(a) se une ao dono do registro e afirma algo como “também sou parte disso” ou “também vivo isso”, e isso se estende consequentemente ao espectador — novamente a presença das *imagens populares* e do *smartphone* como dispositivo de projeção do sujeito.

A ferramenta de **montagem criativa** (que apareceu sozinha em apenas 3% dos vídeos mas em conjunto com outras ferramentas figurou em 25%) parece também compartilhar essa dinâmica de aproximação de realidades: tanto os efeitos de imagem usados — muito populares na plataforma — quanto as imagens

³⁵ Vídeos gravados na vertical, baixa resolução de imagem e pouca estabilização no movimento são algumas características que indicam o *smartphone* como dispositivo de captura.

adicionadas/inscrustadas/encadeadas — capturas de tela de redes sociais digitais, *memes* e imagens virais — dialogam com conteúdos de massa facilmente compreendidos pelo público do *TikTok*. As (re)mixagens visuais, por sua vez, também apontam para características das **imagens pobres/populares**, visto que em diversos casos a ressignificação/apropriação e o efeito humorístico se dão justamente através do desnaturamento e “empobrecimento” de uma imagem — recortes mal executados de *chroma key*, composições imagéticas mal diagramadas e super saturação de imagens são alguns dos exemplos mais comuns.

A **adição de áudio**, presente em 20% dos conteúdos analisados, parece funcionar de maneira semelhante ao texto escrito — imprimindo ideias novas sobre o **material base**, mas através do canal auditivo. Dentre todas as possibilidades desta ferramenta, os efeitos sonoros surgiram como destaques ao funcionarem, assim como as (re)mixagens visuais da *montagem criativa*, ressignificando e criando humor através de ações que prezam mais pela entrega da mensagem do que pelas qualidades técnicas — nos conteúdos analisados, são comuns inserções de áudios estourados ou distorcidos.

Por último, a **legendagem** conta com os menores números: presente em apenas 2% dos vídeos, essa ferramenta foi identificada como a menos recorrente. Além disso, é possível entendê-la como a ferramenta que menos desnatura o **material base** — ao contrário disso, ela o reforça, inclusive facilitando o entendimento de conteúdos com áudios menos claros.

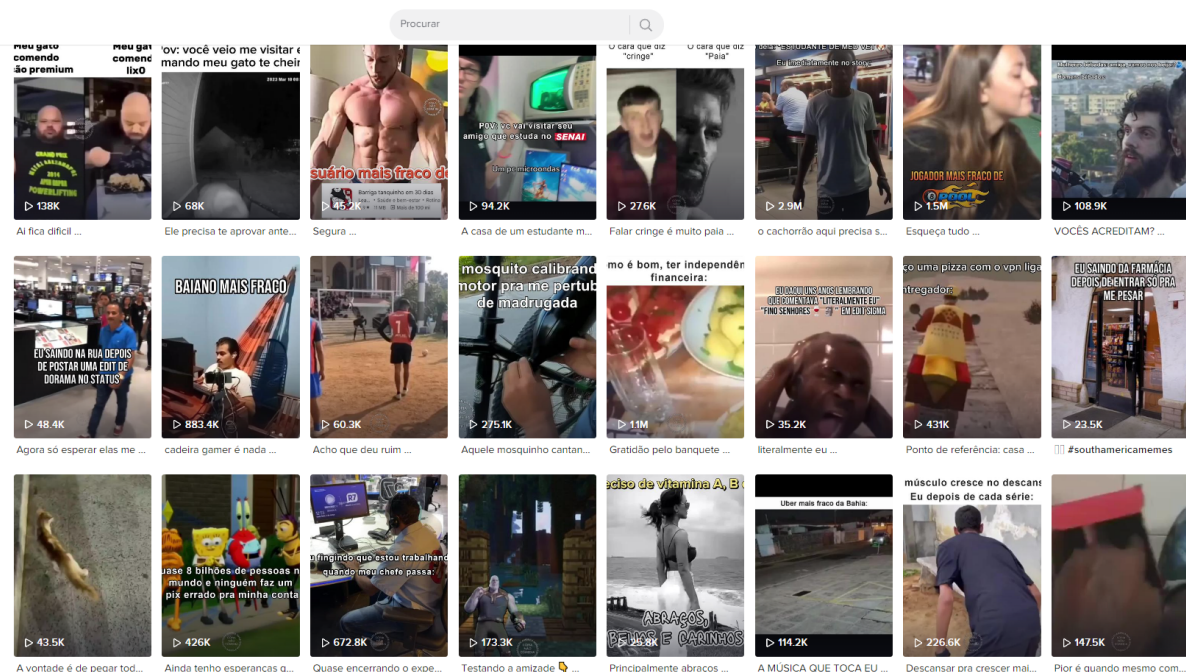


Figura 8 - Captura de tela do *feed* da página *South America Memes*.

Fonte: coletado pelo autor no site do *TikTok* para *desktop* em 30 de abr. de 2023.

8 Considerações finais

Através dos dados coletados, analisados e apresentados nesta pesquisa, foi possível entender um pouco melhor como se dá a dinâmica audiovisual do *Found Footage* no aplicativo *TikTok*. Observou-se que a plataforma, apesar de tolerar e facilitar o *FF* através de suas ferramentas e usabilidades que fornecem um vasto banco de dados, não enxerga a dinâmica como sua principal característica: os números apontam para uma presença um pouco maior de conteúdos não apropriativos. No entanto, é inegável a presença do *Found Footage* — como visto anteriormente, este representa $\frac{1}{3}$ do conteúdo entregue. Em relação a como se dá tal presença, entendeu-se que a superexposição do sujeito contemporâneo aliada à presença constante de *smartphones* com câmeras parece ser responsável por boa parte não só do conteúdo *FF* mas também dos conteúdos não apropriativos presentes na plataforma — afinal de contas, o celular com o aplicativo *TikTok* instalado é um dispositivo de criação, edição e exibição, com o qual é possível ver e ser visto por milhões de pessoas que consomem e registram seus cotidianos.

Foi possível identificar que esses registros cotidianos alimentam e retroalimentam a plataforma ao serem trabalhados através de 4 ferramentas principais, cada uma interagindo de um modo diferente com o material apropriado: **inserção de texto escrito, adição de áudio, montagem criativa e legendagem**. Antes da coleta de dados, tinha-se como hipótese a importância de funcionalidades nativas do *TikTok* como **Dueto** e **Costurar** na construção do *Found Footage*. No entanto, os números obtidos nas análises depuseram contra essa ideia, mostrando um percentual muito baixo de vídeos que se utilizavam de tais ferramentas nativas na ação de reapropriar e ressignificar conteúdos.

Sobre essas ferramentas apropriativas e ressignificadoras, é possível pensar que se assemelham muito às ferramentas utilizadas por realizadores *Found Footage* do cinema de arquivo. Citando alguns exemplos, a ferramenta de **inserção de texto escrito** se assemelha — tanto visualmente quanto em relação às suas funções narrativas-criativas de ressignificação — à adição de caracteres no filme *Nós que Aqui Estamos por Vós Esperamos* (Marcelo Masagão, 2006). A **montagem criativa**, por sua vez, surge como uma ferramenta que diversas vezes ressignifica as imagens apropriadas através de manipulações que apontam para semelhanças com *A Voz e o Vazio: A Vez de Vassourinha*, filme de reapropriação de arquivo lançado em 1998 pelo já citado Carlos Adriano.

Seguindo as ideias do parágrafo anterior, é possível responder a pergunta sobre aproximação entre o *TikTok* e conceitos do campo cinematográfico proposta no início do

trabalho: por mais que varie em forma, conteúdo, origens e destinos, a produção *Found Footage* online/digital presente no *TikTok* pode sim ser aproximada de sua “versão original” cinematográfica devido à diversas semelhanças que possuem — a pós-produção e suas ferramentas como centro criativo, a reapropriação de imagens e o **encontro** como ponto basilar, por exemplo.

Em relação às questões éticas relacionadas ao uso e apropriação de materiais alheios, a pesquisa não conseguiu identificar problemas muito concretos ou relevantes. Como é natural na internet, esse constante compartilhamento, consumo e produção de conteúdo acaba por apagar e tornar quase irrastrável seus donos, funcionando na ideia de uma “terra sem lei”. No entanto, através da análise do site oficial do *TikTok*, existem sim ressalvas em relação à autoria e propriedade dos vídeos. A questão, porém, é que para serem tomadas atitudes quanto a problemas de *copyright* e apropriação de material é preciso que haja alguma comoção ou reclamação do dono de tal material — que muitas vezes não sabe ou não se importa que usem e reusem suas imagens.

É importante também ressaltar que o *Found Footage*, apesar de se basear no uso de materiais já prontos de outrem, não deve ser entendido como cópia ou produto não original — as ferramentas apropriativas garantem que algo novo seja criado na intersecção do **material base** com as ideias e intervenções do realizador *FF*. Na descrição da página *South America Memes* encontram-se duas frases que parecem se conectar a isso: “A maior página de memes autorais no Tiktok!” e “Conteúdo Original”.

Conclui-se, então, que o *Found Footage* no *TikTok* pode ser entendido como algo não só natural, mas também que remete às origens e natureza da internet como um todo: um enorme banco de dados à disposição do usuário. Essa produção *FF* observada parece apontar para uma imensa gama de produtos e conteúdos alternativos — e de certa forma anônimos — presentes na *web*, reforçando e atualizando a potência da resignificação e da reapropriação do arquivo na atualidade digital.

REFERÊNCIAS

ADRIANO, Carlos. Dossiê "Found Footage II". **Revista Laika**, v. 3, n. 6, p. i-iv, 2014.

ADRIANO, Carlos. Reapropriação de arquivo e imantação de afeto. **Visualidades**, v. 13, n. 2, 2015.

BARON, Jaimie. **The archive effect: Archival footage as an experience of reception**. 2012.

BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da imagem: vigilância e resistência na dadosfera**. SP: Ubu Editora, 2021.

BRASIL, André; MIGLIORIN, Cezar. A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras. **Ciberlegenda**, n. 22, 2010.

BRENEZ, Nicole; CHODOROV, Pip. Cartografia do found footage. **Revista Laika**, v. 3, n. 5, p. 1-11, 2014.

BRESNICK, Ethan. **Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app**. University of Southern California, v. 4, n. 4, p. 1-12, 2019.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. Editora Cosac Naify, 2004.

BRASIL, André; MIGLIORIN, Cezar. A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras. **Ciberlegenda**, n. 22, 2010.

ELSAESSER, Thomas. The Ethics of appropriation: found footage between archive and internet. In: **Keynote Recycled Cinema Symposium DOKU.ARTS**, 2014.

EVELETH, Rose. How Many Photographs of You Are Out There In the World?. **The Atlantic**, v. 2, 2015.

GOTTLIEB, Henrik. Subtitles, Translation and Idioms, 2 vol. Copenhagen. **Center for Translation Studies and Lexicography, Department of English, University of Copenhagen**, 1997.

HORWATT, Eli. **A taxonomy of digital video remixing: Contemporary found footage practice on the Internet**. Cultural borrowings: Appropriation, reworking, transformation, p. 76-91, 2009.

KOSKINEN, Ilpo. Seeing with mobile images: Towards perpetual visual contact. In: **T-Mobile Hungary 2004 Conference**. 2004.

LE MOS, André. **Apropriação, desvio e despesa na cibercultura**. Revista Famecos, v. 8, n. 15, p. 44-56, 2001.

PEDERSEN, Jan. How is culture rendered in subtitles. In: **MuTra 2005—Challenges of multidimensional translation: Conference proceedings**. 2005. p. 1-18.

RECUERO, Carlos; REBS, Rebeca. Narrativas fotográficas imediatistas e sites de redes sociais: a construção imagética de si nas mídias sociais em tempos de pandemia.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: EDUFBA, 2017.
SIBILIA, Paula. **O Show do Eu**. RJ: Contraponto, 2016.

RUSSELL, Catherine. **Archiveology: Walter Benjamin and archival film practices**. Durham, Londres: Duke University Press, 2018.

SHUTTLEWORTH, Mark; COWIE, Moira. Dictionary of translation studies. Manchester: St. **Jerome Publishing**, v. 192, p. 193, 1997.

SOMERFIELD, Katy. HOW DID VHS TAPES AFFECT TELEVISION? **Legacy Box**, [sd]. Disponível em:
<https://legacybox.com/blogs/analog/how-did-vhs-tapes-affect-television#:~:text=The%20VHS%20was%20the%20first,wanted%20practically%20at%20any%20time>. Acesso em: 20 de mar. de 2023.

SOUZA, Kellcia Rezende; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Abordagem quanti-qualitativa: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação. **Educação e Filosofia**, v. 31, n. 61, p. 21-44, 2017.

STEYERL, Hito et al. **In defense of the poor image**. e-flux journal, v. 10, n. 11, 2009.

TURKLE, Sherry. **Life on the Screen**. Simon and Schuster, 2011.

ZHANG, Min; LIU, Yiqun. A commentary of TikTok recommendation algorithms in MIT Technology Review 2021. **Fundamental Research**, v. 1, n. 6, p. 846-847, 2021.

Anexos

Tabela 2: dados coletados na página *South America Memes*.

CURTIDAS	COMENTÁRIOS	SALVAMENTOS	COMPARTILHAMENTOS	DATA	FF	NATUREZA DO MATERIAL BASE	CONTEÚDO IMAGÉTICO	FERRAMENTAS APROPRIATIVAS/RESSIGNIFICADORAS	LINK
842000	5248	86900	86900	01/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7018	39	220	110	01/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
23583	223	1422	933	01/03	SM	VOAP	gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
4077	27	259	88	01/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
4888	27	254	141	02/03	SM	VOAP_PAM	registro do cotidiano, cena de vídeo, feed do tik tok	atção de áudio, montagem visual, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
271462	438	12003	12034	02/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
5100	66	3742	2003	02/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
15100	85	802	722	02/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7650	603	6051	6022	03/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
4307	20	137	84	03/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
8487	47	254	202	03/03	SM	VOED	performance no tik tok (contos)	legenda, montagem visual	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
6888	20	222	142	03/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
72400	500	2414	3404	03/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	20 perguntas (na ordem e conteúdo)	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7885	78	417	202	03/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
20600	480	2001	2001	03/03	SM	VOED	registro do cotidiano, feed de Instagram	montagem visual, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
8702	34	367	84	07/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	montagem visual, inserção de texto escrito, atção de áudio	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
15100	62	869	869	07/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
11000	53	659	500	07/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
18000	62	1086	469	08/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
98000	231	2078	2000	08/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
2478	27	110	74	08/03	SM	VOAP_VOED	registro do cotidiano, música de fundo	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7460	63	368	480	08/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
6972	300	366	273	08/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
10300	62	424	471	09/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
95200	506	2701	2078	09/03	SM	VOED	registro do cotidiano, trechos de vídeos do TikTok	registro do cotidiano, trechos de vídeos do TikTok	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7427	17	345	381	09/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
40700	733	2607	4148	11/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
1795	8	65	48	03/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
82400	806	6286	12700	12/03	SM	VOAP	gamerplay	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
5422	67	228	83	12/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7027	61	312	249	13/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
2254	34	172	115	13/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito, montagem visual	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
87100	891	3880	2140	13/03	SM	VOED	trechos de vídeos humorísticos	atção de áudio	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
13400	132	850	708	14/03	SM	PAM	paráfrase de vídeo humorístico	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7800	347	4612	1581	14/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
45200	3627	20003	32700	15/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
4272	38	245	245	15/03	SM	VOAP_VOED	registro do cotidiano, trechos de vídeos do TikTok, gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
18200	200	8142	6003	16/03	SM	VOED	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
27700	70	1077	395	16/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
190	14	38	38	16/03	SM	VOAP_PAM	registro do cotidiano, cena de vídeo	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
12700	64	483	212	16/03	SM	VOED	registro do cotidiano	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
28600	82	1105	860	16/03	SM	VOED	trechos de vídeos humorísticos	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
18000	46	800	395	16/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
1425	36	100	67	17/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
22500	7112	9556	4844	17/03	SM	VOAP_PAM	gamerplay, cena de vídeo	atção de áudio, inserção de texto escrito, montagem visual	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
90000	312	2088	6021	17/03	SM	VOED	trechos de vídeos humorísticos	montagem visual	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
82200	1898	4298	2003	17/03	SM	VOAP	gamerplay	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
4028	21	98	44	18/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
1782	16	65	31	18/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
52300	318	2539	1710	18/03	SM	VOAP	gamerplay	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
2066	167	71	31	18/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
81000	570	4051	3721	18/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
20000	157	1578	1467	18/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
1193	44	211	67	20/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
24400	230	1222	1173	20/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
4444	36	195	87	20/03	SM	VOED	trechos de vídeos humorísticos	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
20100	148	1480	1230	20/03	SM	VOAP_VOED	registro do cotidiano, trechos de vídeos de internet	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
40800	740	3767	4066	21/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
440100	8635	30000	21600	21/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
215	63	109	61	21/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
12300	74	877	846	21/03	SM	VOAP_VOED	registro do cotidiano, gamerplay, trechos de vídeos do TikTok	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
428	68	183	84	22/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7268	31	315	81	23/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
14700	64	747	709	23/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
11500	111	607	1316	23/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
467	43	223	383	23/03	SM	VOED	trechos de vídeos humorísticos	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
7284	46	316	204	23/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
27300	11400	10000	10000	23/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
888	46	367	115	23/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
30000	3204	2193	6005	24/03	SM	PAM	paráfrase de vídeo humorístico	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
9176	63	423	802	24/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
18000	276	1406	1007	24/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	registro de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
2481	28	180	88	24/03	SM	VOAP	registro do cotidiano, gamerplay	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
14000	2382	14000	7000	24/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual, atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
2174	21	61	72	25/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
73000	394	6161	3641	25/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
3955	17	133	115	25/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	montagem visual, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
3275	121	68	93	26/03	SM	VOAP	registro do cotidiano	atção de áudio, inserção de texto escrito	https://www.tiktok.com/@southamericamemes/video/7209584878985724
1844	14	65	41	26/03	SM	VOAP			